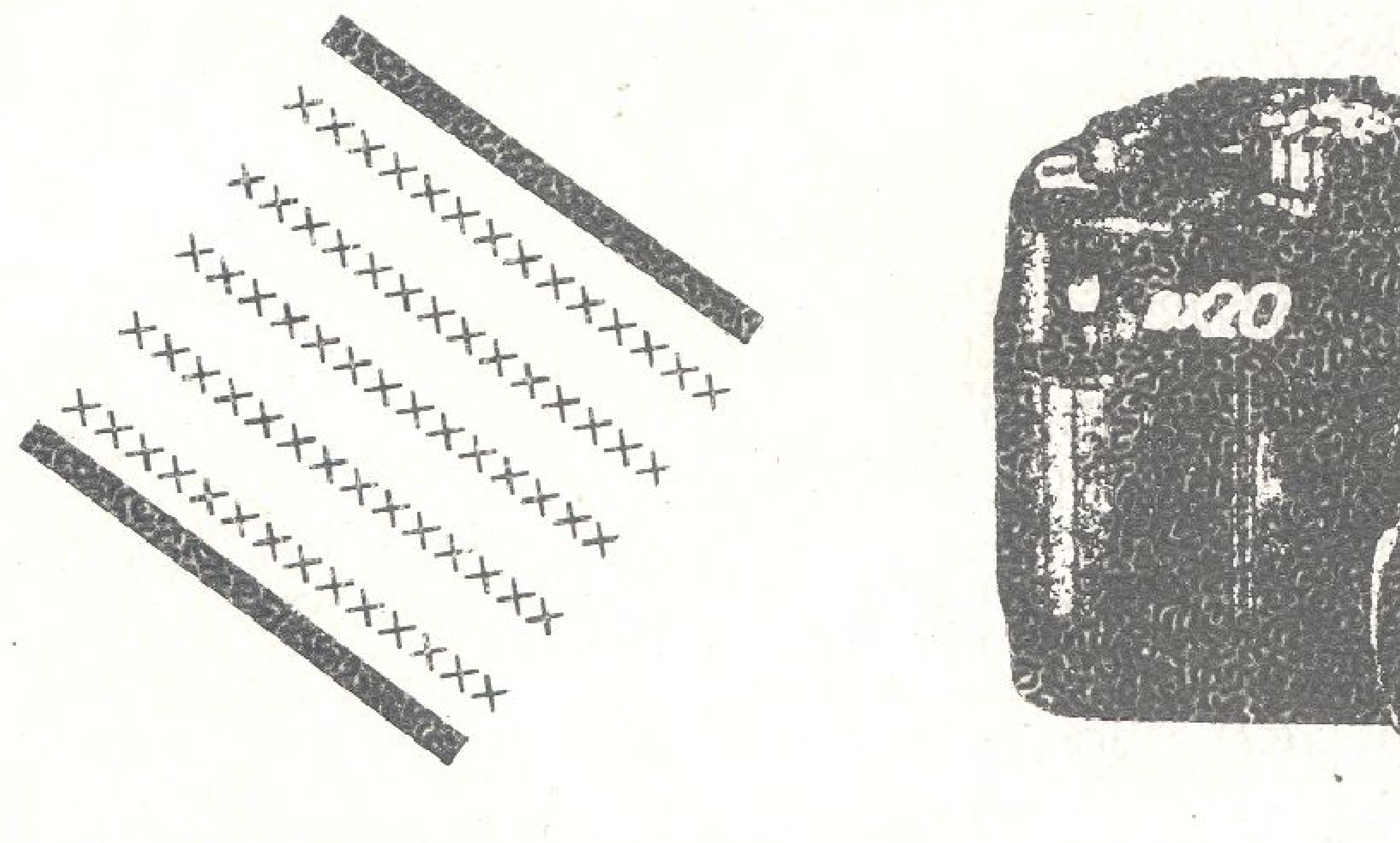
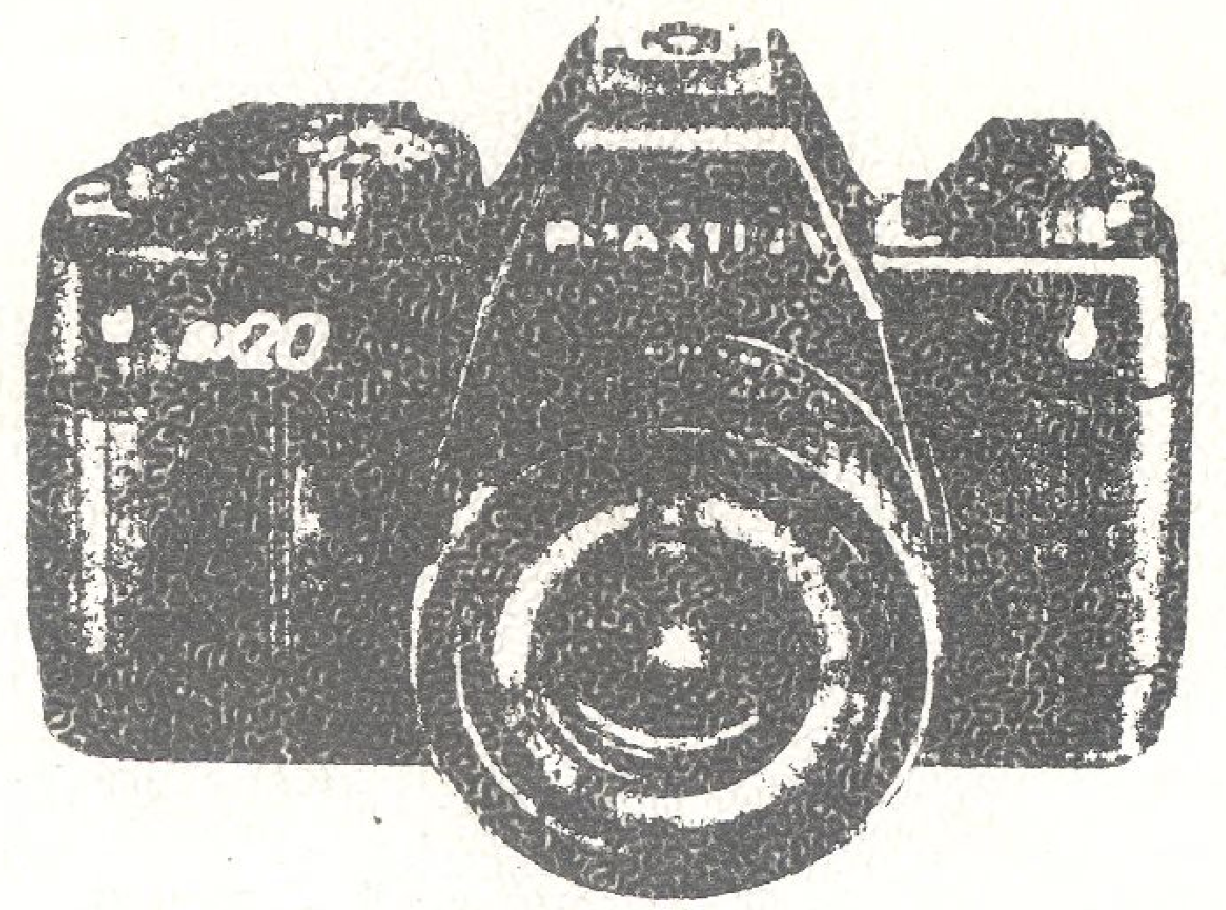
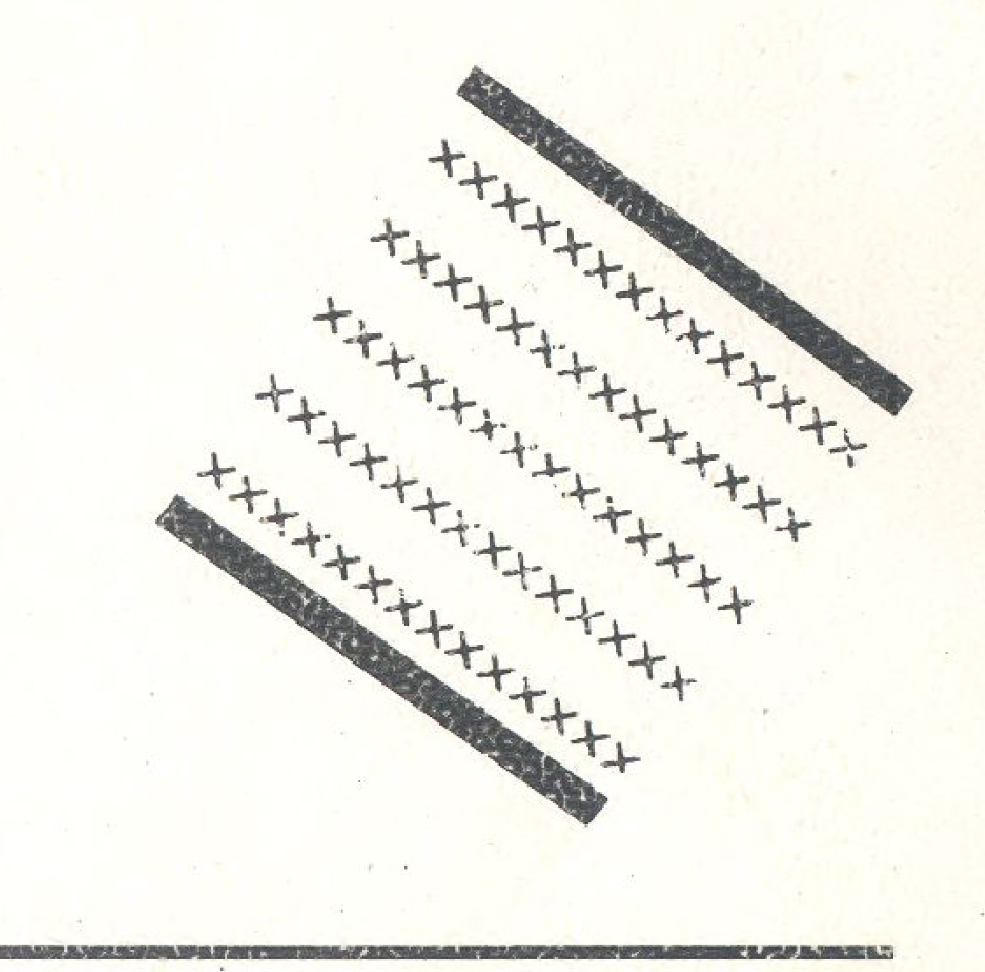




الصورة الصحفية
دراسة فنية

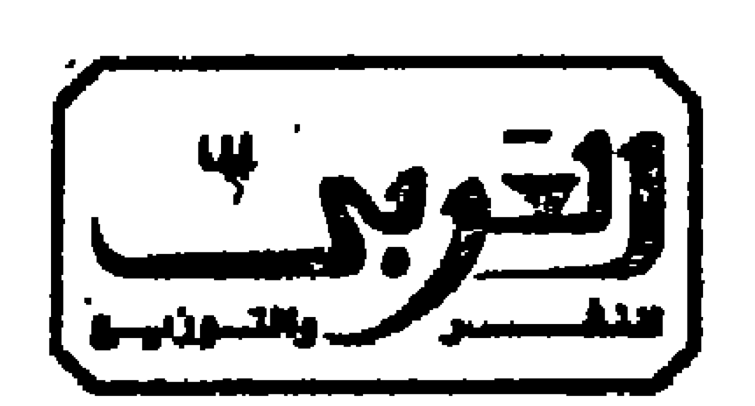
د. محمود علم الدين

دراسات في

العربي للنشر والتوزيع

الصورة الصحفية
دراسة فنية

د. محمود
علم
الدين



٦٠ شارع القصر العيني
أمام روزا اليوسف - القاهرة
ت : ٣٥٤٧٥٦٦ - ٣٥٥٤٥٢٩

مشــكلة الدراســة ومنهجهــا

مدخــل تمهيــدى

هل يستطيع احد ان يتخيل او ان يقبل جريدة تصــدر هــذه الأيام ؟ وقد خلت من الصــور والرسوم وغيرها من المواد المصورة (الخــرائط ـ الــكارتون ـ الكاريكاتور ـ الاشكال البيانية ـ الرسوم التوضيحية ـ الصــور الفوتوغرافيــة) وتحتوى فقط على مجموعة من السطور السوداء والعناوين والفراغات البيضــاء فقط ؟

بالطبع لا احد يستطيع ان يتخيل ، وان اســتطاع فلن يقبــل ذلك ! ومع ان هناك جرائد ومجلات تصدر اليوم بدون أى صــورة على الاطلاق : مثل جريدة لوموند Le Monde الفرنســية (مع بعض الاســتثناءات فى صــور الاعلانات وبعض الخرائط والرسوم) الا ان هناك نوعا من الاجماع بين القراء والمحررين والناشرين ان اى صحيفة مطبوعة بدون صور تكون اقل قدرة على امتاع الناظر اليها وتفقــد احد مؤهلاتها او كفاءاتها فى الاتصال بالقارىء والتأثير فيه . (67, 55)

والسبب نجده فى طبيعة الفن الصحفى الحديث التى تعتبر خير تعبير عن روح حضارة القرن العشرين .

فالفن الصحفى الحديث قد اصبح فنا بصريا يعتمد على الصور والرسوم ، واصبحت الصور الفوتوغرافيــة ، وهى هنــا التى تهمنا من كل المواد المصــورة (Illustrations) **فى الجــريدة أو المجلة ـ تلعب دورا هاما فى تحقيق اهــداف** الصحافة فى ذلك العصر الذى سمى بعصر حضارة الصورة ، وتسوده لغة بصرية جديدة نشأت نتيجة للتقدم التكنولوجى فى وسائل الاتصال (١١ ، ٤.) .

وقد انتقلت حضارة الانسان وتتابعت فى عدة مراحل قسمها علم الاتصال الى:

ـ الحضارة السمعية :

عندما كانت الاتصالات بين انسان وآخر او آخرين تعتمد على تبادل الاصوات فقط . عندما كان الانسان يعيش خبرته الكلية الكاملة الشاملة قبل ظهور اللغة الحديثة بحروفها المكتوبة .

ـ الحضارة الكتابية :

وتوصل فيها الانسان الى اختراع الكتابة واستخدامها كوسيلة اتصال مع الآخرين .

ـ الحضارة الطباعية :

بعد اختراع الطباعة اضيف الى اللغة المكتوبة بعد آخر يؤكد النظرة الجزئية . والادراك المتجزىء للاشياء ، ومن خلال هذا المنظور الحضارى الاتصالى بدات الافكار تأخذ شكل التسلسل او التتابع ، ومن ثم ظهرت مفاهيم جديدة ، مثل العجلة ، الآلة ، خط الانتاج المتتابع ، وكلها افكار تتواءم مع ابتكار الطباعة كوسيلة اتصالية تعتمد على الحروف المرصوصة جنبا الى جنب ، ضمن كلمات داخل عبارات فى اسطر متتالية تنطوى على معان متنوعة .

ومنذ ان اخترعت الطباعة وهى فى حالة تطور مستمر حتى اصبح من السهل طبع ملايين النسخ من كتاب او جريدة فى ساعات قليلة . وعملت وسائل المواصلات الحديثة على سرعة نقل انتاج المطابع الى ايدى الناس فى بقاع العالم المتفرقة . ومن ثم أصبحت المطبوعات عاملا مؤثرا فعالا فى حياة وسلوك الناس ، حتى صارت احد الابعاد التى تقاس بها حضارة الأمم .

ولم يقتصر التقدم فى الطباعة على سرعة الطبع فحسب ، بل شمل أيضا اخراج المطبوعات اخراجا يساعد الناس على تفهم محتوياتها ، ففى عام ١٦٥٨ ميلادية اخرج كتاب مصور للاطفال عرف باسم « العالم فى صور » وكان الهدف منه تعليم اللغة اللاتينية كلغة اجنبية واشتمل على ١٥٠ صورة تخدم كل صورة منها موضوع درس ، وعين المؤلف اجزاء الصورة ومعالمها بارقام ثم قسمت الصفحة تحت الصورة الى قسمين : اليمين منها لكلمات اللغة القومية ، واليسار منها للغة اللاتينية ، ثم وضع امام كل كلمة رقم الجزء الدال عليها فى الصورة .

واليوم تحتل الصورة فى المطبوعات مكانا اساسيا فى عملية توضيح افكار المؤلف ومعلوماته ، وتوصيلها الى القارىء بعد أن كان استخدامها وقتا ما للزخرفة أو للتجميل فحسب (٣٨ ، ١١ ، 54) .

ويعزى الى الطباعة كوسيلة اتصالية ازدهار الروح الفردية بشكل مفاجىء فى القرن السادس عشر فى اوربا ولهذا يقال دائما ان الحضارة تشتق طابعها غالبا من وسائل الاتصال الجمعى فبينما ساعدت الطباعة على ظهور المذهب الفردى كنوع من التجزئة الاجتماعية ، كانت الحضارة الاتصالية التى تعتمد على الكهرباء مثل الاذاعة بمثابة عامل التئام وتجميع (٢٧ ، 71) .

حضارة التلغراف والتليفون والاذاعة وعصر الصورة :

وهى الحضارة التى توصف بانها « عود على بدء » حيث تحتوى على العناصر الحديثة بجوار القديمة ، ذلك ان الكتابة تحتوى على الكلام (الاصوات) ، والطباعة

تحتوى على الكتابة . والتلغراف يشمل الطباعة ، والاذاعة تحتوى على التليفون ، والسينما تشمل الصوت والصورة ، وكذلك نجد أن التليفزيون يحتوى السينما (الصوت والصورة معا) وما الى ذلك .

وفى ظل تلك الحضارة الاتصالية لم يعد العالم مناطق شاسعة مترامية الاطراف وانما أصبح قرية صغيرة (وصفها البعض بانهـا قرية الكترونية عالمية Global electronic village يمكن الوقوف على ما يجرى بهـا ساعة حدوثه بالصوت والصورة والكلمة الشارحة المحللة لا سيما بعد اختراع الاقمار الصناعية فنحن نعيش اليوم عالما أقرب الى التكتل والتكامل مثله فى ذلك مثل الدائرة الكهربائية سواء بسواء ولذلك نشهد الآن ازهار المذاهب الجمعية مثل المذهب الاشتراكى الذى يدعو الى تنمية الأحاسيس الجماعية والشعور بالعالمية وبفضل التليفزيون عادت الصورة الفطرية الاولى للاتصال الى تكاملها الاول فاصبحنا الآن ندرك ما يدور حولنا بالصوت والشكل والتحليل ،وتحس به آذاننا واعيننا وعقولنا (٢٧) .

وقد تزايد اهتمام الناس واحساسهم بقيمة الصور خلال الفترة الأخيرة تزايدا ملحوظا نتيجة انتشار استخدام الصور ، خاصة الصور المتحركة ، وانتشار المجلات والكتب المصورة وازدهار فن الطباعة الى درجة اتاحت لعدد كبير من الصحف (المجلات والجرائد) استخدام الصور على نطاق واسع وبمستوى فنى كبير ، فضلا عن ظهور التليفزيون وتقدم الفن السينمائى والتنافس بين الصحف على الحصول على الأخبار المصورة من شتى أنحاء العالم حتى اصبح الشخص العادى يرى ويتابع كل يوم جوانب عديدة من حياة الشعوب الأخرى واخبارها من طريق الصور المطبوعة او المعروضة .

لذلك نجد ان القارىء الحديث — فى القرن العشرين — لا يستطيع أن يقنع بمجرد وصف لفظى لحدث او اجتماع أو موقف وانما يود أن يرى هذه الأشياء بعينيه (٢٧ ، ٢٩) .

تطور الصورة من الكهف الى الصحافة :

كانت الصور هى أول شيء لجأ اليه الانسان البدائى للتعبير عن نفسه وعن افكاره . بدليل ان اول الحروف الهجائية فى اللغة الانسانية الاولى اتخذت شكل صور الأشياء والطيور والحيوانات المحيطة بالانسان الأول مثلما حدث فى اللغة الهيروغليفية وغيرها من لغات الشرق القديم (٣٨ ، 54) .

ثم استمر استخدام الانسان للصورة فى التعبير حتى ظهر فنانون عمالقة تميزوا بقدرات ومهارات فائقة على التعبير بالصورة رسما باليد .

وحتى أوائل القرن الثامن عشر كانت الصور — مازالت — ترسم يدويا بالقلم أو بالفرشاة على الورق ، أو على الحوائط او الواح الخشب ، أو القماش ، أو غيرها من المسطحات ، كانت تؤدى ثلاث وظائف أساسية :

الأولى : تسجيل مظاهر الحياة وظواهرها .

والثانية : التعبير عن الاحساسات والمعتقدات التى لم يختبرها الانسان فى

واقعه المادي لكنه تصورها ، او قرأ عنها في كتابات الأولين ، أو سمع عنها وآمن بها من خلال توارث الثقافة البشرية .

والثالثة : توضيح معاني الكلمات ، خاصة تلك الجديدة على السامع أو القارىء (٣٨) . وقديما ـ قبل اختراع الصورة الفوتوغرافية ـ كان الفنانون هم الذين يقومون بعمل التصوير اليدوي وذلك بالانتقال الى مكان الحادث او الخبر ورسم صورة تخطيطية له ، تنقل فيما بعد الى الخشب الذي يعد للحفر ثم الطبع (١٥) ، وعرفت الصحف تلك الطريقة في القرن الماضي ، حيث كانت الصور على شكل خطوط تحفر في كتل خشبية ثم تغمس في الحبر وتضغط على الصفحات الى جانب المتن وهذا كل ما كان يحدث في طباعة الكتب منذ اختراع آلة الطباعة في القرن الخامس عشر .

ومن الواضح ان هذه الطريقة كانت بطيئة وعقيمة ، ثم جاءت الثورة الصناعية واخترعت آلة التصوير ثم اتت الصورة الفوتوغرافية فاصبح من السهل على من لا يجيد الرسم أن يسجل على لوح فوتوغرافي صورة للاشياء تشبه الواقع الى حد كبير كما أمكن ايضا نسخ الصورة في وقت قصير وبتكاليف قليلة اذا ما قورن الأمر بما كان قبل اختراع آلة التصوير ، لذلك كان اكتشاف آلة التصوير حدثا خطيرا أحدث انقلابا عاما في تاريخ الصحافة (٢٥ ، ٤٠ ، ١٥) .

وتطور فن التصوير الفوتوغرافي واصبحت له قواعد واساليب في التعبير ، واكتشفت امكانيات آلة التصوير في تسجيل او تكبير المناظر الطبيعية بطريقة قد تعجز حواس الانسان عن ادراكها . فامكن على سبيل المثال تجميد الحوادث السريعة ، كتصوير لحظة تتكسر فيها كأس زجاجي بفعل طلقة نارية ، أو تصوير خلية نباتية بتركيب آلة تصوير فوق الميكروسكوب لذلك احتلت الصورة الفوتوغرافية مكانها بين الفنون وادوات التعبير واصبحت تؤدي دورا في الاتصال لا يقل اهمية عن دور الكلام ، بل ربما كان أكثر تعبيرا من الالفاظ أحيانا (٣٨) .

القارىء يفضل المادة المصورة :

وفي الوقت الذي تقدمت فيه وسائل الطبع والجمع ، حدث تطور جديد في الصحافة فقد لاحظ المشتغلون فيها أن عددا كبيرا من القراء يفضل الصورة والرسم على الخبر والمقال المكتوب ، خاصة بعد اختراع السينما واقبال الجماهير عليها اقبالا منقطع النظير ، وان القارىء العادي لا يريد أن يفكر وعندما يطالع الصحيفة لا يتوخى من قراءتها الا الوقوف على الأخبار العابرة دون التعمق . فلابد اذن من الصورة والرسم لانهما يريحان نظره وتفكيره فيقبل على شراء الصحيفة ، وهذا ما يرغبه أصحاب الصحف .

وقد ادرك الامريكيون هذه الحقيقة الرعناء قبل اللورد نور ثكليف نفسه ـ الانجليزي ـ الذى أصدر « الدايلي ميرور » (Daily Mirror) وهي أول صحيفة يومية مصورة في اوربا . وقام الفنيون بدور هام لتسهيل عملية نشر الصور في الدوريات وكانت اوربا بين سنتي ١٨٣٠ و ١٨٥٠ قد ابتكرت الدوريات المصورة غير أن الولايات المتحدة كانت اول من ادخل الصورة والرسم في الصحيفة اليومية السياسية . واكتشفت افضل الوسائل لطبع الصور الكاريكاتيرية والاشكال الملونة .

وفى سنة ١٨٣٥ عرفت الصحافة طبع (الصور المرسومة) عن طريق الورق الحساس وحفرها على الزنك سنة ١٨٣٨ عندما توصل الفرنسي لويس داجير الى هذا الاختراع اما التصوير الفوتوغرافى فظلت الصحف محرومة من الاستفادة منه فترة طويلة وفى سنة ١٨٤٠ استطاع استاذ بجامعة نيويورك يدعى جون درابر أن يلتقط بالكاميرا وجها بشريا وبذلك بدات الصحف تعرف طريقها الى نقل الصور عن طريق الظل والضوء المنساب من شبكة او خطوط دقيقة حوالى ٤٢٠ مربع صغير فى البوصة الواحدة وقد تقل الخطوط وتكثر تبعا لنوع الورق فاذا كان خشنا قل عدد المربعات واذا كان الورق ناعما زاد عدد المربعات التى تسمح للضوء بالمرور منها وبحيث لا تظهر على الورق خطوط الشبكة .

وتمكنت اوربا اخيرا من اكتشاف اكثر من طريقة جديدة لنقل الصور فاكتشفت الحفر على الحجر ثم الزنك وطريقتين جديدتين للطباعة هما الفوتوغرافور . والاوفست كما ساهمت امريكا فى تحسين وسائل طبع الصور واجريت بعد ذلك تجارب لنقل الصور والرسوم بواسطة الكهرباء كما تنتقل الكلمات عبر موجاتها من مسافات بعيدة ونقلت اول صورة بالتليفون سنة ١٩٣٠ ، ثم نجح نقلها بالراديو ، وعملية نقل الصورة بالراديو أو التليفون تتم كما تنتقل الكلمات : وتتلخص تلك العملية فى أن الصورة الفوتوغرافية توضع أمام عدسة كهربائية حساسة تلتقط ما بها من ضوء وظل بدرجات متفاوتة تبعا لما يعكس على سطحها الى عين العدسة الكهربائية .

بعد ذلك تحولت درجات الضوء والظل هذه الى موجات كهربائية تختلف فى قوتها من حيث نقل ما تلتقطه او ما تعبر عنه من موجات الضوء والظل ثم تسرى هذه الموجات عبر أسلاك الكهرباء فى الجهاز الذى ينقل الصورة فى وضع ايجابى على اسطوانة فى جهاز الارسال حيث تستقبل فى أجهزة الاستقبال فى الصحف المشتركة فى الوكالات العالمية للصورة صورة سلبية ونقطا وموجات الضوء والظل تنقل أيضا عبر الراديو على شكل نقط وخطوط تتفاوت فى عدد النقط المتجاورة أو نقط وخطوط يختلف عددها وتجاورها باختلاف درجات الظل والضوء فى الصورة والرسم لأن نقل الصورة بالراديو ليس وقفا على صور الاشخاص فقط بل أن الصورة الشخصية التى ترى الصحف نشرها بخط اصحابها باليد كما تنشره عنها كذلك البصمات . وكل ما ترى الوكالة نقله وكل ما تريده الصحف تلبية لرغبة القراء فى معرفة حقائق الامور .

ثم وصل نقل الصور والرسوم والاحداث وابطالها اثناء وقوعها الى قمته عندما استخدم القمر الصناعى فى نقل الصور والكلمات الى أجهزة التليفزيون لأول مرة فى ١٩ يوليو ١٩٦٢ (١١ ، ١٥ ، ٢٦ ، ٤٠ ، 62) .

التصوير الصحفى ... فن وظيفى :

والتصوير الصحفى كفن ، شهد تطورات كبيرة نقلته من المرحلة الجمالية ــ كفن جميل ــ لا يهتم فيه الفنان الا بالشكل والتكوين الفنى ، الى المرحلة الاعلامية ــ كفن تطبيقى وظيفى ــ يهتم بالقيم الاخبارية والصحفية فى الفترة من سنة ١٩٢٥ الى ١٩٣٠ ، وفى عام ١٩٤٠ ظهر لأول مرة فريق من المصورين الذين وجهوا عنايتهم

الى الموضوعات التسجيلية . اكثر من الموضوعات الجمالية وكانت هذه المدرسة التسجيلية نواة فن التصوير الحقيقى .

وبذلك بدات مرحلة جديدة تحول فيها الاهتمام من النواحى الجمالية الخالصة الى النواحى الاعلامية واصبحت مشكلات التكوين والاضاءة والنسب وغيرها من المعايير الجمالية تأتى فى المرتبة الثانية بعد القيمة الاخبارية للصورة .

وهكذا نستطيع القول ان هذا العصر قد شهد مولد الاحساس الاعلامى والقيم الصحفية للتصوير ، يضاف الى ذلك اهتمام المصور بالسبق الصحفى ، مما كان يتطلب يقظة تامة وانتباها مركزا (١٦) .

تطورات هامة فى فن التصوير :

وخلال نصف القرن الاخير تأثر فن التصوير الصحفى بتطورات هامة ظهرت فى نواح صحفية عديدة اهمها (١٧ ، 48) .

ـ التغير فى محتوى الجريدة : حتى مطلع الأربعينات من هذا القرن لم تكن الصحف تحمل اكثر من صورة او صورتين على صفحتها الأولى ، وما يتراوح بين ١٠ و ١٥ صورة فى بعض صفحاتها الداخلية .

وكانت الوجوه صورا جامدة اى من الصور ذات الموضوعات الساكنة او الاشخاص الذين يقفون امام العدسة جامدين لتصويرهم بارادتهم وعلمهم ، أما الآن فقد شمل التغيير **عدد الصور وحجمها وطبيعتها** فعلى سبيل المثال : لم تعد صورة « انتبه من فضلك » هى الصورة المطلوبة للنشر فى الصحف بل أصبحت الصورة تلتقط وصاحبها يتفاعل مع الحدث : يتحرك .. يراقب .. يتعجب .. يتساءل ، الى آخر الحركات الحية التى تبعث فى الصورة نوعا من الحياة ونوعا من الحركة يتفق مع مضمون النبأ (١٨) .

ـ زيادة فى عدد الصور : يتضح لنا ذلك من خلال اى استعراض للصحف التى تحوى اليوم صورا فى كل صفحة تقريبا ، وتخصص صفحات كاملة على الاقل للصور ، وعملية تخصيص صفحة كاملة للصور اصبحت عادة تحرص عليها بعض الصحف اليومية الآن كما تفعل بعض الصحف النصفية ذلك لاعتمادها اساسا على الصور ، وقد تكون هذه الصفحة يومية تظهر كل يوم ، وقد يخصص لها يوما معينا ـ عادة نهاية الاسبوع ـ تحت عنوان من هذا القبيل (اخبار الاسبوع فى صور) أو (صور الاسبوع) و (حديث الكاميرا) .

ـ زيادة فى حجم الصور :

ويظهر ذلك فى معظم الصحف حيث زادت واتسعت المساحة التى تنشر فيها الصور خاصة فى الصفحات الداخلية حيث تنشر الصور عادة بعرض عمودين أو ثلاثة الا ان حجم الصور يتفاوت بين قسم وآخر ، فمن شان الصفحات المخصصة للرياضة والمجتمع والمسرح والراديو والتليفزيون أن تستخدم صورا مساحتها أكبر مما تستخدمه الصفحات المخصصة للاقتصاد والتعليقات السياسية ، وبالتالى فان الصور تكبر أو تصغر وفق مقتضيات الاخراج أو الشكل الفنى للصفحة التى تنشر فيها .

ـ تغير في طبيعة الصور : وكان اكثر التغييرات اهميه ، ذلك أن نوعا من الصور لم يكن ممكنا من قبل قد أصبح حقيقه واقعة خلال العقد الرابع من هذا القرن بتحسين آلات التصوير ذات السرعة العالية في الالتقاط : فقبل ذلك لم تكن اللقطة الفوتوغرافية لموضوع حي ـ التي نرى الآن يوميا في الصحف ـ شيئا ممكنا .

وكانت صور الموضوعات الحيه التي تستخدمها الصحف تبدو غير طبيعية

ولكن ابتكار حاجب الضوء الاسرع حركه ، والفيلم الانعم جزئيات (حبيبات) ونوعية العدسات الأفضل قد ادت الى صور اوضح واقرب الى الطبيعة .

كما استخدمت الصحف لقطات فوتوغرافية كانت محظورة من قبل ـ فبينما كانت الصور السائدة من نوع اللقطات التقليدية الجامعة او النوع الحي الوصفي، بدأ يظهر نوع من اللقطات الواقعية الصادقة ، واتسع افق الصورة ، وبدا نوع من الصور ينتشر بتوسع وتمثل في صور الحوادث والصدامات والمصادمات والاعتداءات والمشاجرات وغير ذلك من المشاهد المماثلة التي كانت لائقة قبل ذلك .

تيار صحفي جديد : نتيجة لكل هذه التغيرات والتطورات التي حدثت بالنسبة للصورة في الصحافة نشأ تيار جديد في الصحافة سمي باسماء عديدة منها « الصحافة البصرية Photo Journalism او الصحافه المصوره Pictorial Journalism او الصحافة الفوتوغرافية Photographic Journalism وتمثل هذا التيار في نشاة كثير من المجلات التي تعتمد على الصورة بشكل كبير مثل مجلات لوك Look ولايف Life وباري ماتش Paris Match كما ظهر ايضا في العناية بالصور كما وكيفا في الصحف اليومية والاسبوعية (67, 52)

كيف حدث هذا التطور ؟ : كانت هناك عوامل كثيرة وراء هذا التطور تفاعلت جميعها من اجل الوصول بالصورة الصحفية الى أهميتها الحاضرة واهمها (11, 48)

ـ اكتشاف وسائل تحويل الصورة الى أنماط ظلية (كليشيهات) ـ سمحت بطباعة الصورة في ماكينات طباعة عالية السرعة مما جعل الصورة أكثر انتشارا مما كانت عليه في بداية القرن العشرين .

ـ تطور انواع احبار الطباعة والورق الذى بطباعة جيدة في مطابع اكثر سرعة وحساسية .

ـ التطور الملحوظ للتصوير كهواية والذى توافق مع الشعبية والاهتمام المتزايد به .

محاولات علمية طموحة :

وقد سبق ذلك ومازال مستمرا حتى الآن تجارب علمية لعلماء ومصورين وباحثين ارضت طموحهم واهتمامهم وتجاربهم ، وبلغ طموح الباحثين حد انهم ارادوا الحصول على صور مجسمة ذات ابعاد ثلاثة ملونة ، وقد تحقق لهم ذلك عام ١٩٤٠ عندما اكتشف دوجلاس وتيك طريقة لمعالجة الفيلم بالعدسات المقعرة بحيث يساعد على تصوير الموضوعات للحصول على نتائج مجسمة بابعادها الثلاثة في الصور الملونة وغير الملونة (١١) .

(طريقة التصوير المجسم Stereoscopic Photography فيهـا ينظـر الرائى من خلال جهاز يعرف بالاستريسكوب تعرض فيه صورتان لنفس المشهد بينهما بعد مساو تماما للبعد بين الصورتين اللتين تتكونان على شبكتى العينين اذا ما تواجد الانسان بنفسه أمام المشهد : فيبدو المشهد له مجسما ، وتستخدم لذلك آلة تصوير خاصة بها عدستان بينهما مسافة تعادل المسافة بين العين اليمنى والعين اليسرى فى الانسان ـ حوالى ٦ر٦ سم ـ وذلك لتسجيل صورتين للمشهد) (٣٨) .

كما تم التوصل عام ١٩٤٠ الى امكانية التقاط الصور وتحميضها وطبعها فى وقت واحد عندما ابتكر اروين لديت آلة التصوير التى تستطيع التقاط الصور وتحميضها على ورق حساس خاص وتعدها للطبع مباشرة ، فعندما يضغط المصور على زناد معين يجعل سائل التحميض يغمر السلبية ثم ترسب الفضة المعدنية بعد ذلك على ورق خاص حيث تخرج الصورة مبتلة نوعا ما بحيث تجف بعد برهة وجيزة .

لذلك لم يكن غريبا أن تنشأ مجلات جديدة مثل لايف Life ولوك Look ونيوزويك Newsweek تعتمد على الفن الصحفى المصور ، وان تظهر وكالات متخصصة فى الصور مثل الاسوشيتدبرس Associated Press والانترناشيونال برس International Press والاكم نيوزبكتشرز Acme News Pictures

هذا فضلا عن الوكالات الاقليمية والمحلية التى تتبادل الصور مع الوكالات العالمية وفيما بينها ايضا مثل : وكالة الانباء الالمانية ووكالة الانباء اليوغوسلافية وغيرها والى جانب ذلك تطورت المعدات الخاصة بعمليات التصوير كآلات التصوير وعدساتها وافلامها ومرشحاتها واساليب التحميض والطبع والألوان .

وهكذا أصبح القرن العشرون ، عصر السينما والتليفزيون ونقل الصور عن طريق القمر الصناعى بالتليفزيون ـ هو عصر أو قرن الصورة ، ونتيجة لذلك أصبح الراى العام يطالب بالصورة كأساس للاعلام الحديث .

ولذلك لم يعد القارىء الحديث أو المشاهد فى القرن العشرين يقنع فقط بما تقوله الكلمات عن حدث ما ، بل يريد أن يعرف « الصورة » التى حدث بها ، وهو الآن يتوقع تقارير مصورة فى معظم وسائل الاعلام وفى كل اشكال الموضوعات ولعل ذلك خير مفسر لما نراه من « صور » كثيرة فى الصحف والمجلات والاعلانات والملصقات ونشرات العلاقات العامة ـ على سبيل المثال لا الحصر ـ من صور فوتوغرافية Photographs وما نشاهده خلال المعارض والمؤتمرات والمحاضرات من شرائح ثابتة Slides وما نتمتع به من صور متحركة Motion Pictures فى السينما وعلى شاشة التليفزيون .

عــوامل دراســة الموضــوع :

وتاسيسا على ما سبق يمكن تحــديد العوامل التى دفعت الباحث لدراســة موضوع الصـــورة الصحفية فى الأمور التالية :

اولا : اهمية الصـــورة الفوتوغرافية ــ بشكل عام ــ كوسيلة للاتصال تلك القــدرة على جــذب الانتباه واثارة الاهتمام واستثارة الرغبة عند المشاهد ، بحكم قــدرتها على تجسيد واختزال وتركيز الحركة وتجميدها بشكل معبر ، واهمية تلك العملية فى التعبير والتسجيل والتوثيق والأعلام .

ثانيا : التطورات الراهنة فى تكنولوجيا التصوير الفوتوغرافى المتمثلة فى تطوير الات التصوير الفوتوغرافى من حيث الحجم وسهولة الاستعمال بدءا من تركيب مواتير او اجهزة للتصوير المستمر ، والتصوير الذاتى ، وادخال عنصر الآلية فى ضــبط الكاميرات من حيث فتحة العــدسة وسرعة الغالق ، وتطوير خـــامات التصوير والأفلام ، وعمليات المعالجــة (التحميض ، التخفيف ، الطباعة ، التثبيت التلميع ، والتكبير والتصغير) ، والاستعانة بالحاسبات الآلية (الاليكترونية) فى توجيه عمل آلات المعالجة والطباعة وضبطها ، بحيث اصبحت كل خطوات انتاج الصـــــورة تعمل بشكل آلى مبرمج مخطط ، فيما أطلق عليه Photographs Production أو عملية (الاستعانة بالحاسبات الاليكترونية فى انتاج الصورة الفوتوغرافية) Computerization أو (تحسيب انتاج الصـــورة الفوتوغرافية) ..

ثالثا : تطــور اساليب نقــل الصور الفوتوغرافية من مكان لآخر وقت التقاطها بالاستعانة بالتطورات الراهنة فى انظمة الاتصالات السلكية واللاسلكية ، والأقمــار الصناعية ، من خلال اجهزة الفاكسيميل والراديو ..

رابعا : الأهمية التقليدية للصورة الفوتوغرافية فى الصحافة : كشكل تحريرى صحفى قادر على اختزال كثير من المعـــانى والمتضمنات الفكرية والانسانية والجمالية ، وعلى التبسيط والشرح والوصف ، وكشكل أو كعنصر اخراجى او تيبوغرافى يساهم فى بناء شكل الصحيفة وابراز المضمون واضفاء عنصر جمالى عليها ، فهى عنصر ثقيل كثيف بالمقارنة بباقى العناصر التيبوغرافية الأخرى .

خامسا : ازدياد اهمية الصورة الفوتوغرافية فى الصحافة ، منذ بداية الستينات ، مــع ظهور التليفزيون ثم استعماله للون ، فى معظم دول العالم ، وازدهار فـــن السينما ، وما خلقه ذلك من وعى بصرى دعمتـــه التطـــورات الراهنة فى عمليـــات الطباعة واتجاهها نحو طباعة الأوفست (الليثوغرافية) ، وظهر ذلك الاهتمام فى ظهور المجلات المصورة ، والتوسع فى توظيف الصـــورة الفوتوغرافية فى الصحافة بعــــامة فى صـــــفحات للصور وملاحـــــق ، ونشأ ما يسمى بالصحافة المصورة Photo Journalism ، وازداد الاهتمام بأقسام التصوير الفوتوغرافى فى المؤسسات الصحفية وفى عمليات تاهيل القائمين بالاتصال فى التصوير الصحفى .

سادسا : قلة الاهتمام بدراسة الصورة الفوتوغرافية فى العملية الصحفية بشكل متكامل ، فمعظم الدراسات السابقة فى التصوير الفوتوغرافى تركز على تكنولوجيا التصوير الفوتوغرافى وجمالياته (مثال لها كتب الأستاذ عبد الفتاح رياض) ، اما الدراسات الاعلامية والصحفية فقد تعرض الأستاذ محمد محمود شلبى والدكتور ابراهيم امام للصورة الفوتوغرافية فى الصحافة فى كتابهما (فن التصوير الضوئى وتطبيقاته فى الصحافة) عام ١٩٦٠ ، ودرس الدكتور اشرف صالح والدكتور فؤاد سليم الصورة الفوتوغرافية كعنصر تيبوغرافى كعنصر تيبوغرافى فى رسائل الماجستير والدكتوراه الخاصة بهما .

كما ركز الأستاذ عبد الجبار محمود فى كتابه « التصوير الصحفى » (بغداد ١٩٨٠) على تكنولوجيا الصورة الصحفية ، وكذلك الدكتور نبهان سويلم فى كتابه (التصوير علم وفن) (القاهرة ١٩٨٠) .

من هنا تبدو الحاجة لتقديم رؤية شاملة للصورة الفوتوغرافية فى الصحافة . او للصورة الصحفية تحدد مفهومها واهميتها ومصادرها واخلاقياتها واساليب تحريرها واخراجها .

اى ان مشكلة الدراسة هنا تتمثل فى بعدين الأهمية لموضوعها وهو الصورة الصحفية ، ثم عدم وجود معلومات متكاملة عنها كشكل صحفى تحريرى واخراجى له مفهومه وسماته ووظائفه واهميته ومصادره وخطواته واخلاقياته .

وقد تم الاستدلال عليها من خلال مسح التراث العلمى السابق فى الموضوع ونقده ، وكذلك من خلال ملاحظة اساليب الممارسة الصحفية فى الجرائد والمجلات للتعرف على اساليب توظيف الصورة الفوتوغرافية ومعالجتها .

اهداف الدراسة :

تحددت اهداف الدراسة فى الجوانب التالية :

١ — التعرف على اهمية الصورة الصحفية ووظائفها المختلفة ..

٢ — تحديد الأنواع المختلفة للصور الصحفية من حيث المضمون الذى تحمله والشكل الذى تأخذه .

٣ — تحديد المصادر التى تحصل من خلالها المؤسسة الصحفية على الصور الفوتوغرافية .

٤ — تتبع خطوات او مراحل انتاج الصورة الصحفية .

٥ — مناقشة دور القائم بالاتصال فى عملية التصوير الصحفى من الناحية الفنية والأخلاقية .

٦ ـ تأصيل المفاهيم الأساسية للون : فى التصوير الفوتوغرافى الضوئى ، وفى الطباعة ..

٧ ـ ابراز اهمية اللون بشكل عام ، وفى العملية الصحفية بخاصة ، فنيا وسيكولوجيا .

٨ ـ التعرف على اساليب تحرير الصورة الصحفية ، او كتابة الكلام أو التعليق او الشرح المصاحب للصورة ، وابراز الأخطاء والسلبيات التى يمكن ان تحدث اثناء عملية التصوير ..

٩ ـ تحديد خطوات اخراج الصورة الصحفية .

١٠ ـ ابراز محددات اخراج الصورة الصحفية ولغة الشكل فى الصحيفة ، وتاثيراتها على ابراز المضمون .

وقد تم ترجمة الأهداف السابقة الى مجموعة من التساؤلات قامت الدراسة بالاجابة عنها :.

نوع الدراسة ومنهجها :

تنتمى هذه الدراسة الى البحوث الأساسية التى تهدف الى المساهمة فى تأصيل الجوانب النظرية والفنية لعلم من العلوم ، أوفن من الفنون من خلال استغلال الدراسات السابقة فى عمل بناء نظرى فنى متكامل .. وهى تنتمى ايضا الى الدراسات الوصفية ، موظفة منهج المسح الذى يعتمد على مسح اساليب الممارسة الصحفية فى مجال الصورة الصحفية .

تبويب الدراسة :

قام الباحث بتقسيم دراسته الى مقدمة وستة فصول ..

تناولت المقدمة مدخلا تمهيديا يؤصل فية الباحث لمفهوم الصورة الصحفية وتاريخها وتطورها ، ومشكلة الدراسة ومنهجها .

والفصل الأول : « الصورة الصحفية : الوظائف والأنواع » .
الفصل الثانى : « مصادر الصورة الصحفية وانتاجها » .
الفصل الثالث : « الصور واخلاقيات الصورة الصحفية » .
الفصل الرابع : « اللون والصورة الصحفية » .
الفصل الخامس : « تحرير الصورة الصحفية » .
الفصل السادس : « اخراج الصورة الصحفية » .

ثم خاتمة تضمنت خلاصة الدراسة ونتائجها .

دكتور محمود علم الدين

الفصل الأول

الصورة الصحفية : الوظائف والأنواع

المبحث الأول

وظائف الصـــورة الصحفية

اصبحت الصور الفوتوغرافية الآن مواد أساسية من مواد الجريدة أو المجلة وما اليها من الوسائل الاتصالية المطبوعة ولم تعد عنصرا جماليا فقط ، بل أيضا عنصر اعلامي وظيفي ، واصبحت الصورة تعبر عن الافكار والآراء كما تعبر عن الأخبار والأحداث .

وهناك عدة وظائف تؤديها الصورة في الصحافة .

اولا : الوظيفة الاخباريه :

اهم وظيفة تترتب على نشر صورة ما هي أن تنقل الاخبار ، وغالبا ما تكون الصورة أهم بل انجح وسيلة اعلامية في الجريدة ، بأكملها ، فبوسعها ان تعطى المضمون أو الهدف الاخباري بسرعة اكثر وبوضوح افضل من التعبير اللفظي وتستطيع الصورة ان تظهر في كثير من الأحوال لحظة خاصة من وقائع الأنباء بشكل بياني مرئي ومفصل ومستفيض .

ويرى بعض علماء الصحافة ان التصوير الصحفي الحديث بقدرته على الكشف عن التفصيلات الدقيقة في الحدث كثيرا ما يتفوق على مشاهدة الحدث الواقع فعلا والقارىء الحديث لا يستطيع ان يصنع بمجرد وصف لفظي لحادث أو لاجتماع أو لموقف ما من المواقف وانما يود ان يرى هذه الأشياء بعينيه . وما عيون القراء في العصر الحديث الا تلك العدسات المركبة في آلات التصوير التي يوجهها المصورون الصحفيون كل يوم لالتقاط الاخبار ، وتسجيل الأنباء ، وعرضها على القراء في أسرع وقت وبأدق تفصيل .

والواقع ان العدسة أدق من العين البشرية لأنها موضوعية ولا تلتقط الا ما تراه بالدقة والتفصيل ، اما الانسان فتتأثر رؤيته للأشياء بعوامل ذاتية كثيرة متداخلة (*).

ثانيا ــ الوظيفة السيكلوجية :

والصورة ــ بشكل عام ــ تجيب على حاجة سيكولوجية لدى الانسان ، وتسدكذلك بعض المتطلبات العقلية والنفسية ، فقد برهنت الدراسات التى قام بها علماء النفس اننا نفكر بالصورة العقلية وعلى هذا الاساس يمكن تقسيم الناس الى اربع فئات :

- **ــ الفئة البصرية**
- **ــ الفئة السامعية**
- **ــ الفئة الحركية**
- **ــ الفئة المختلفة**

ويمكن شحن ذاكرة القراء الذين ينتمون الى النوع البصرى وتقويتها باضافة صورة الى النص الاعلانى أو الاعلامى ، فمعظمنا تسيطر عليه ــ ان لم تكن تمتلكه ــ العقلية المصورة .

ــ فعندما نتحدث .. نحاول أن تستعمل كلمات تجعل السامع يرى See

ــ عندما تستمع .. نشكل الافكار التى وصلتنا وتحولها الى صورة ذهنية Images شائعة لدينا .

ــ وعندما نقرأ نحاول بشكل لا شعورى تصوير Visualize الكلمات والعبارات بشكل مقبول عبر شاشات عقولنا .

ولقد عرف الانسان قيمة الصورة منذ فجر التاريخ عندما سجل انباء انتصاراته ومغامراته على جدران الكهوف فى حياته البدائية ، وكان ذلك بمثابة تاريخ محفوظ مكتوب تتوارثه اجيال القبيلة ، والسبب أن الصورة والرسوم لها لغة عالمية يفهمها جميع الناس بسهولة ، ولقد ذهب احد خبراء التصوير فى تقديره لأهمية الصورة الى حد القول بأن الصورة تقوم مقام الف كلمة ، كما لخص الحكيم الصينى كونفوشيوس أهمية الصورة عندما قال ((**ان الف كلمة لا يمكن ان تتحدث ببلاغة كما تتحدث صورة واحدة**)) .

وكما قال الكاتب الروائى **ايفان تورجينيف** فى روايته (آباء وأبناء) ((**ان الصورة الواحدة قد تعرض ما استطاع كتاب ان يقوله فى ١٠٠ صفحة**)) ذلك ان حاسة البصر ذات اهمية كبرى بالنسبة لشعور الانسان ودرجة فهمه وقد استخدمت الصور كمؤشر عام ورئيسى للتعبير الانسانى ، حتى بدأ من الطبيعى ان يتكون لدى الناس ما يمكن ان نطلق عليه العقلية البصرية الى درجة ان الكلمات التى تستخدم للتعبير عن فكرة معينة لابد لضمان نجاحها ان تخلق لدى القارىء او المستمع صورة عقلية لهذه الفكرة وان استخدام الصور مع الكلمات سوف يلعب دورا كبيرا فى توضيح هذه الفكرة .

لذلك نجد ان الصورة الصحفية الجيدة تجذب الانتباه وتثير الاهتمام وتقدم وسائل مؤثرة فى رواية (خبر) ما ، أو عرض (موضوع) فى شكل لا تستطيعه الكلمات وحدها .

وهناك عبارة شهيرة للصحفي « واي مالك الذي كان رئيسا لتحرير جريدة ذي موان عام ١٨٨٨ قال فيها ((افترض انك تملك طاقما عظيما من الكتاب مثل توماس مان ، ارنست همنجواي ، كل ما سيصفونه لك في حدث ما ان يعطوك صورة عنه ، ولكن هذه الصورة لن تكون امينة مثل الصورة التي التقطتها آلة التصوير)) .

وبذلك تشبع حاجة القارىء الى القراءة والاطلاع وتؤثر فيه باستغلال قوى اللفظ والصورة كما تسبغ الصورة بعدا آخر على الشخصية التي تستحق أن ينشر عنها شيئا او تصورها . فالشخص الذي لابد أن يقرأ المرء عنه يوميا يثير لدى القارىء هذا السؤال : ما هو شكله ، وكيف يبدو ؟

ثالثا : عنصر تيوغرافي :

(التيوغرافيا Typography هي علم وفن الهيئات المطبوعة ومهمتها تتعلق بالشكل المادي من حيث المساحة والترتيب والتنسيق) (١٦) .

وتمثل الصورة في الصحافة الحديثة احد العناصر التيوغرافية الأساسية فهي تشترك مع حروف المتن والعناوين والفواصل والمسافات البيضاء في بناء الجسم العادي للصحيفة أيا كان شكلها وطريقة اخراجها . وهي كالعناوين من حيث تفاوت اهميتها بين صفحة واخرى .

رابعا : قيمة جمالية :

وفضلا عن الأهمية التيوغرافية للصورة ، فان لها كذلك قيمتها الجمالية من حيث كونها عملا فنيا يستوقف النظر ويبعث الاهتمام في نفس القارىء ، فهي تستطيع أن تجعل الصفحة ذات مظهر ملىء بالحيوية والنشاط والتنوع وبسبغ عليها جاذبية قد تجعلها قابلة للمطالعة من قبل قارئها يمكن ان تضاف وتفيد الصورة الصحف من الناحية التجارية والتسويقية — فتعتمد الصحف المثيرة أو الطبية خاصة بعض الصحف — النصفية (التابلويد Tabloid) على الصورة الكبيرة الممتدة على أكثر من عمود والمثيرة في صدر صفحاتها الاولى كوسيلة لجلبه القارىء العادي الذي لا يهمه سوى الصورة المعبرة لا الكلمة (١٠ ، ١١ ، ٢٨ ، ٤٠ ، 60 ، (65 ، 62)

جدول حول اثر الصورة على الصحافة :

ثار جدل كبير حول دور الصورة في الصحافة الحديثة ، فتحمس البعض لدورها الى الدرجة التي توقع معها انها ستحل محل الكلمة في السنوات المقبلة ، ولكن ذلك تحمس مبالغ فيه ، فقد تزداد أهمية الصورة ويكثر عدد الصور ويزداد حجمها في كل طبعة جديدة من الصحيفة ولكنها لن تحل محل الكلمة ، فلكل وظيفته : الصورة لا تتعدى وظيفتها الا ان تظهر الجانب البارز أو الظاهر فقط ففي خطبة لزعيم سياسي تستطيع الصورة ان تظهره لنا وهو منفعل ومتحمس وهو يحذر أو يهدد، لكنها لا تستطيع أن تبرز لنا مضمون الخطبة فذلك هو دور الكلمة.

وعلى النقيض من ذلك يحذر البعض من التاثير المدمر للصورة على العقل

الانسانى الحديث ، ويغالى فى تشاؤمه بالنسبة لدور الصورة مثل المفكر الفرنسى جورج ديهاميل ، الذى لاحظ انه ، منذ عشرات السنين أن الصحافة قد اتلفتها ظاهرة طفيلية تلوح لاول وهلة انها قليلة الاهمية ولكنها ، مع ذلك قد مست كل قيمة للصحف كوسيلة للتثقيف ويقصد بذلك :

ظاهرة الاسراف فى نشر الصور فى الصحف ..

فالصورة فى رايه شىء ظريف فهى تقدم لنا بسرعة خير ما تحمل ، كما انها تساعدنا — احيانا — على فهم اشياء لا تستطيع الالفاظ أن تعبر عنها بسهولة ولو انها دعمت بنصوص ممتازة جيدة التحرير لزادت فهمنا للعالم المؤلفات الصحوية بصور ما يشهد بذلك شهادة بينة .

وسبب تحذير ديهاميل وتشاؤمه ودقة لأجراس الخطر هو أن : « الصور قد اخذت تحتل فى جرائدنا اليومية مكانا مروعا ، وقد قتلت النص ، لأنها توهم بان النص لا فائدة فيه . اذ يقول رجل القرن العشرين لنفسه ، ما الداعى لقراءة كل هذه المقال المكتوب بحروف صغيرة وانا ادرك الموضوع بمجرد نظرة . القراءة متعبة وانا منهك بعد ان قضيت نهارى كله فى العمل او فى الديوان ثم انه لا فائدة من القراءة ، لا فائدة أصلا ، كما يفعل الطفل اذ يبلل اصابعه ليمر من صورة الى صورة دون أن يقف ليقرأ النص لانه لا يعرف القراءة — كذلك يفعل رجل القرن العشرين — اذ يمر ببصره المجهد العابر الكليل على الصفحات المنشورة أمامه وفى رايه بل فى قرارة نفسه ان اى مجهود مهما كان تافها اكبر مما يستطيع » .

— ويدافع ديهاميل عن رايه حين يقول :

« وانا هنا لا أقدح فى التصوير الفوتوغرافى الذى استطاع فى السنوات الاخيرة أن يخطو الى الامام خطوات حقيقية ، وقد تحلى بكل وسائل الاغراء فهو ينقل ويغير ويشوه ويجمل الواقع احيانا كثيرة — فالفوتوغرافيا كسب علمى ثمين ولكنها حملت الرجل على الكسل لذلك رأيت فيها شرا مستطيرا وطلبت كبح جماحها » .

وينهى جورج ديهاميل حديثه عن الصور الفوتوغرافية فى الصحافة قائلا :

« ورجال الصحافة قد وصلوا فى هذا الطريق الى مرحلة لا يستطيعون الآن الارتداد عنها ، وهم يعلمون ذلك ويحسونه اذ تراهم يلجأون الى ضروب من الحيل فى الطبع كى يستهووا ويستميلوا الجمهور ويحتفظوا بانتباهه الشارد الضال المضنى وذلك حتى لا تصبح جرائدهم مجرد مجموعات من الصور ، ولكننا نعلم ان الحروف الكبيرة والعناوين الضخمة ليست الدواء الناجع بل انها لتساعد على استفحال تلك الظاهرة المميزة عند الانسانية الحديثة . واعنى بها انحلال القدرة على الانتباه » (٢١) .

ولعل جورج ديهاميل يقترب من راى للمفكر الراحل **عباس محمود العقاد** فى الصورة — لكنها ليست الصورة الفوتوغرافية بل الصورة المتحركة فى السينما حيث يرى العقاد ان **دور السينما او الخيالة** التى طغت على الشباب المصرى قد صدته عن القراءة فى الكتب والمجلات وغيرها وعودته الاعتماد على هذه الطريقة فى

كسب المعلومات وفهم اسرار الحياة وادى هذا من وجهة نظر الدكتور عبد اللطيف حمزه الى طغيان العقلية السينمائية على كثير من القراء وظهر هذا فى ضعف التركيز وذلك لان الصور المتحركة تمر امام القارىء على الشاشة البيضاء بسرعة غريبة افقدهم فى الوقت نفسه القدرة على التأمل او التركيز فى كل صورة منها على حده ويبدو أن الصحافة تأثرت هى الاخرى بذلك فابتعد الكثير من القراء عن الثقافة الجادة واتجهوا الى الاخبار المثيرة والسطحية .

المبحث الثانى

أنواع الصـــورة الصحفية

تصنيف الصــور الصحفية :

هنــاك اكثر من تصنيف للصــور التى تنشر فى الصحافة (جرائد كانت أم مجلات) كل تصنيف منها ينظر اليها من زاوية معينة ، ويصنفها الى انواع عديدة. فمن زاوية الشكل الفنى Form للصورة :

ـ يمكننا ان نحدد ثلاثة انواع رئيسية هي :

١ ـ الصورة المفردة Single : وقد تكون صـــورة شخصــية بورتريــة Portrait او صور المكــان او قافلــة أو لحيوان أو .. او .. المهم انها صــورة واحدة تنشر بمفردها وتؤدى وظيفتها وتستعمل هذه بكثرة فى الجرائد خاصة مع الاخبار .

٢ ـ سلسلة صور A series : وهى سلسـلة من الصور عن موضوع واحد من اكثر من وجهة نظر يتم التقاطها خلال فترة زمنية طويلة ، ويستعمل هذا النوع بكثرة فى المجلات المصــورة Picture Magazines مثل مجـلات آخر ســـاعة والمصور فى مصر ، وبارى ماتش الفرنسية ، ولايف ولوك فى آمريكا (وقد اضطرتا لاسباب اقتصادية الى التوقف) .

مثال : مجموعة صور تنشر فى شكل مسلسل للاعب الاهلى محمود الخطيب تبين تطوره الفنى خلال موسم كامل وجولات وزير الداخلية الفاجئة فى الاسواق او تفقده لاقسام الشرطة ، ونجد ذلك عادة فى الصحف والمجلات الاسبوعية .

٣ ـ المشهد المتعاقب A Sequence : وهو عبارة عن مشهد او مجموعة من اللقطات لموضوع واحد من وجهة نظر واحدة وفى فترة زمنية قصيرة .

مثال : مشهد متعاقب يضــم صــورا لمجموعة اسلحة برية خــلال عرض عسكرى ، او صور تبين أحد المسئولين يلقى خطابا توضح انفعالاته المختلفة خلال

القائه لهذا الخطاب ، وتستعمل مجلة نيوزويك الامريكية هذه الطريقة خلال بابها الاسبوعى Interview فتنشر اكثر من صورة متعاقبة لشخص واحد فى اكثر من انفعال . (52 ' 67)

ومن زاوية المضمون Content ، او الدلالة Significance :
هناك أكثر من تصنيف يمكن ايجازه فى (٥ ، ١٠ ، ١٦ ، 58 ، 62 ، 65)

١ ـ الصور الاخبارية News Pictures :

وهى تلك الصورة أو الصور المستقلة بنفسها كموضوع كامل ، وتروى بتفصيلاتها وبما يصحبها من سطور قليلة خبرا او حادثا هاما ، وتكون هذه الصورة عادة ذات حجم كبير ، كما توضع عادة فى صدر الصفحة ، اى انها باختصار تصنف أخبارا ما حدثت وتعطى تقريرا اخباريا كاملا بالكاميرا وقد تكون :

ـ صورة تبين الحدث وهو يقع (مباراة كرة قدم مثلا : صورة الهدف الوحيد أثناء تسجيله) .

ـ صورة تبين نتيجة وقوع الحدث : (جمهور الزمالك يخرج فى مظاهرات عقب فوز فريقه ببطولة الدورى العام) .

ـ صورة ملتقطة لشخصية مع خبر سريع (بورتريه) (صورة لاسماعيل فهمى وزير الخارجية السابق تنشر مع خبر قبول الرئيس أنور السادات لاستقالته من عمله) .

ويحكم عملية اختيار هذه الصور معايير اختيار الخبر من حيث توافر القيم او العناصر الاخبارية News Values أو عدم توفرها . ومن الصعب تأجيلها لأن الصحف المنافسة قد تنشرها .

٢ ـ صور الموضوعات Feature Pictures :

وقبل التعرض لها ، نقول أن اى مادة صحفية تنشر فى الصحيفة (جريدة أو مجلة) لاتخرج عن ان تكون خبرا Newsأو موضوعا غير خبرى أو خفيف Feature ، وصورة الموضوع هى التى تهدف الى نقل أو توصيل صور أو تفاصيل عن احداث او وقائع أقل سرعة واخف للنشاط الانسانى (الدراما الانسانية) .

ولأن الصورة الاخبارية تتسم بخاصية الجدة او الحالية أو الوقتية ينبغى نشرها عقب التقاطها والا سينشرها المنافسون ، نجد على العكس من ذلك صور الموضوعات التى يمكن ان تؤجل يوما او اسبوعا أو شهرا وتنشر فى اى وقت مع موضوعها لانها لا ترتبط بتوقيت او حدث اخبارى عاجل بل ترتبط فقط بموضوعها الصحفى .

مثال : صور مصاحبة لموضوع صحفى (تحقيق) عن صناعة الاحذية فى مصر : سر ارتفاع الأسعار وقلة الجودة ؟.. او آخر عن هواية تربية الحيوانات الأليفة أو ثالث عن أضرار التدخين على صدر الانسان .

٣ ـ صور الموضوعات الاخبارية ذات الجانب الانسانى News Feature Pictures

وهى صور لموضوعات يغلب عليها الطابع أو العنصر الانسانى وفيها زاوية اخبارية بسيطة وهذه الزاوية رغم بساطتها هامة ولكنها لا تصلح للنشر بعد مرور زمن هذه الواقعة الاخبارية .

٤ ـ الصور التى تمثل شخصية هى محور الموضوع :

وتكون عادة على عمود واحد ، الا اذا تناولت أكثر من شخص فانها تكون على عمودين : وهذه الصورة ايضا تصاحب موضوعها حينما يكون ، وقد تصغر هذه الصورة وقد تكون على نصف عمود فى حالة الموضوعات القصيرة . وعندئذ تدمج فى سطور المتن ، ومن هذا القبيل كذلك صور مراسل الصحيفة الذى كتب الموضوع اثناء وجوده خارج البلاد فى مهمة صحفية وصورة كاتب المقال او الموضوع (مثل صورة لاستاذ انيس منصور التى تصاحب مقاله الافتتاحى فى مجلة اكتوبر وصورة الاستاذ مرسى الشافعى التى تصاحب بابه الاسبوعى « باختصار » فى (مجلة روزاليوسف) وتشيع بوجه خاص ـ فى الخارج فى الصحف الاقليمية اما صحف المدن الكبرى فيغلب على صورها الطابع الاخبارى ذو الصبغة العامة وصور الاشخاص الى جانب الفوتوغرافية منها ، اما منقولة بقلم الرسام عن اصل مثل الصور التى تصاحب موضوعات مجلة روزاليوسف ، وصباح الخير » او كاريكاتورية ، مثل الصور الشخصية التى تصاحب بعض المقالات فى جريدة الاهرام بريشة صلاح جاهين) .

٥ ـ الصور الجمالية والتعبيرية :

وتنشرها بعض الصحف كعرض لنوع من الابداع الفنى للمصورين وتعتمد فقط على براعة المصورالفنية او الجمالية وذلك فى اختيارهلتكوينات معنية وتوظيفه للغة الشكل فى الصورة . ولا تتضمن اى قيمة خبرية أو فكرة وهى لا تنشر عادة فى الصفحات التى يغلب عليها المادة الخبرية الا عندما تعز الصور الاخبارية ، ويستخدمها المخرج الصحفى عندئذ لتجميل الصحيفة .

مثال لذلك : بعض صور الصفحة الاخيرة من الاهرام (صور اميل كرم وانطون البير على سبيل المثال » وبعض الصور التى تنشر فى ظهر الغلاف الاول بمجلة صباح الخير ، وبعض صور مجلة آخر ساعة .

الفصل الثانى

مصادر الصــورة الصحفية وانتاجها

المبحث الأول

مصادر الصــورة الصحفية

مصادر الحصول على الصورة الصحفية :

تحصل الصحف (جرائد ومجلات) على الصورة الفوتوغرافية من عدة مصادر بعضها داخلية من داخل الصحيفة (عاملين بها واجهزه) والاخرى خارجية عن طريق اشتراكها فى وكالات الانباء او وكالات الصور او المراسلين الموجودين بالخارج او الصحف والمجلات الأخرى ، او أرشيفها الخاص .. ويمكن ايجازها فى :

١ ـ مصورى الصحيفة نفسها او اعضاء قسم التصوير بها :

وقسم التصوير هذا قد يكثر عدد العاملين فيه او يقل حسب حجم الصحيفة وامكانياتها وعدد محرريها ففى الصحف الصغيرة المحلية قد لا يزيد عددهم عن ثلاثة ويستخدمون عددا قليلا من آلات التصوير ومعدات طبع وتحميض بسيطة ، اما فى الصحف الكبرى فهناك عدد كبير من المصورين المحترفين وفنيى المعمل وآلات التصوير ومعدات طبع وتحميض بسيطة ، اما فى الصحف الكبرى فهناك عدد كبير من المصورين المحترفين وفنيين للمعمل وآلات تصوير متطورة وعربات مزودة بأجهزة طبع وتحميض وارسال للصور ، وتجهيزات كاملة ، ومعمل متطور ، وتشكل كلها ما يسمى بقسم التصوير فى الصحيفة ، وبعض الصحف أو المجلات الصغيرة قد لا يكون بها قسم للتصوير وانما تعتمد على مصورين من الخارج او وكالات الانباء والصور والرسوم ، او مكاتب العلاقات العامة .

ـ قسم التصوير فى الصحيفة :

وأيا كان حجم قسم التصوير فى الصحيفة فانه يضم عددا من المصورين والفنيين (الذين يقومون بالعمليات الفنية المختلفة من تحميض وطبع واجراء الرتوش فى الصورة و .. و ....) ويشرف على هذا او يراسه أو يديره كبير المصورين أو رئيس قسم التصوير . وفى بعض الصحف يكون بدرجة نائب رئيس تحرير ، وعادة ما يحضر اجتماعات مجلس تحرير الصحيفة الذى يضم رؤساء

الأقسام ومسئولي الصحيفة لتنسيق ووضع خطط الاعمال الصحيفة وسمات المحررين اليومية والاسبوعية وحضور رئيس قسم التصوير لهذا الاجتماع هدفه هو التنسيق بين عمل قسمه وباقى اقسام الجريدة أو المجلة المختلفة لان قسم التصوير قسم مساعد لباقى أقسام الجريدة . ويعقد القسم مثل كل اقسام الجريدة اجتماعا صباحيا يتم فيه عدة اشياء :

اولهما : عملية تقويم Evaluation : لنشاط افراد القسم فى اليوم السابق والذى يظهر نتيجته فى الصور المنشورة فى عدد الجريدة أو المجلة الصادر صباح يوم الاجتماع (مثلا تقويم صور عدد اخبار اليوم يكون يوم السبت ومجلة اكتوبر يوم الأحد على سبيل المثال ..) وتكون المقارنة مع باقى الصحف الأخرى لمعرفة الجهد الذى بذله طاقم قسم التصوير ، والصور المنشورة فى الصحيفة وما الذى امتازت به عن الصحف الأخرى او تختلف فيه عن تلك الصحف .

ثانيا : عملية تخطيط Planning : للعمل خلال اليوم الجديد أو بعبارة ادق تحديد المهمات المكلف بها كل فرد داخل قسم التصوير . وهذا التخطيط لا ينبع من فراغ بل يتم من خلال التعاون مع رؤساء الاقسام المختلفة كقسم الاخبار أو قسم التحقيقات أو المرأة أو الرياضة وحسب خطط كل قسم يضع قسم التصوير خططه وينسقها ومع كل مندوب اخبارى أو محرر فى قسم التحقيقات على سبيل المثال يخرج مصور صحفى ليقوم بتصوير الموضوع المكلف به هذا المحرر ، وقد يخرج بعض المصورين بتكليف خاص من قسم التصوير لعمل بعض الموضوعات المصورة المستقلة .

ويحتفظ رئيس قسم التصوير أو كبير المصورين ـ المسئول عن القسم ـ عادة بمفكرة يومية (كتلك المفكرة اليومية Diary التى يحتفظ بها رؤساء اقسام الاخبار ... مثلا) وفيها يسجل ما يتوقع من إنباء أو احداث وغيرها ليرسل المصورين الى اماكنها . ويكلف المصور بمهمة معينة Assignment تسجل فى استمارة أو أمر تصوير أو ما يسمى فى دور الصحف المصرية (بون التصوير) أو (طلب تصوير موضوع) أو (أمر تكليف بتصوير) وفيه يحدد للمصور :

موعد التصوير ـ اليوم والساعة ـ إسم المحرر ـ الموضوع مكان التصوير عدد الصور ـ موعد صدور البون ـ اسم المصور ـ زمن أو (وقت) تصوير الموضوع .

ويشمل الى جانب ذلك التعليمات الخاصة بتنفيذ الصورة التى يكلف بها فنيو المعمل (الغرفة السوداء) ويحدد فيها :

عدد الصور ـ مقاس الصور ـ ومواعيد التسليم والاستلام ـ سكرتير التحرير المسئول .

وتسلم هذه الاستمارة أو طلب الموضوع من التحرير الى قسم التصوير الذى يقوم بناء عليها بتكليف المصور .

وينبغى ان يكون التخطيط مرنا وان يتواجد باستمرار مصور احتياطى متفرغ أو عدة مصورين لمتابعة اى احداث مفاجئة قد يؤدى الى تعديلات فى خطة الجريدة عامة وقسم التصوير بشكل خاص مثل (حادث اختطاف طائرة ، حتجازها فى مطار

القاهرة — أو سقوط اتوبيس فى النيل مثلا) فيوجه قسم التصوير كل جهوده نحو تغطية هذا الموضوع ، وقد يلغى كل تخطيطه السابق ويعدل سياسة التصوير تبعا لتعديل سياسة التحرير التى تحاول أن تقوم بتغطية كاملة للحدث كتابة وتصويرا .

وقد يقوم هؤلاء بالتصوير ، أو يحصلون على صور من المصادر الصحفية تتعلق بموضوعاتهم .

٢ — وكالات الأنباء العالمية :

ومثل وكالة رويتر أو الاسوشيتدبرس أو اليونايتدبرس التى نجد فيها الى جانب الخدمات الاخبارية وهى نشاطها الأساسى خدمات خاصة بالصورة ويتم تنفيذها وفقا لاتفاقات خاصة بين الجريدة والوكالة نظير اشتراكات محددة وترسل الوكالة العالمية — وبعض الوكالات المحلية هذه الصور عن طريق أجهزة الراديو الخاصة بارسال واستقبال الصور الفوتوغرافية — الى الصحيفة اذا كانت تملك هذه الاجهزة أو الى مكتبها فى العاصمة أو البلد التى تصدر فيها الصحيفة ويتولى هو التوزيع على المشتركين .

٣ — وكالات خاصة بالصور والرسوم :

ومعظمها وكالات للتصوير الاخبارى ، وهناك وكالات لصور الموضوعات ووكالات لصور الأشخاص .

وفى عملية استقبال الصحيفة للصور الفوتوغرافية سواء عن طريق وكالات الأنباء العالمية واقسام الخدمة المصورة بها أو عن طريق الوكالات المتخصصة للصور والرسوم ، أو عن طريق المصور الخاص لها فى الخارج تستعين بعدد من الأجهزة الخاصة التى وفرها لها التقدم التكنولوجى فى مجال نقل الصورة واهمها :

— **جهاز التليفوتو الاوتوماتيكى** : وهو جهاز آلى لنقل الصور تم صنعه اخيرا يستطيع ان يستقبل الصور أوتوماتيكيا دون وجود عامل استقبال ويتوقف الجهاز ويعمل من تلقاء نفسه حسب تعليمات جهاز الارسال ويتم تحميض الصورة وتثبيتها آليا داخل الجهاز ويستطيع هذا الجهاز ان يستقبل ٢٥٠ صورة دون تدخل ويمكنه ان يعمل طول الليل .

وهو يقدم صورة واحدة كل ١٢ دقيقة ثم يضع من تلقاء نفسه ورقا حساسا مكان الصورة السابقة وتتم عمليات التشغيل من اظهار وتثبيت داخله وعندما يتسلم اشارة الارسال يبدأ الاشتغال ثم تجفف الصورة داخله بعد اظهارها وتثبيتها ويحتفظ بها .

ثم يبدأ استقبال الصورة الثانية وهكذا تسير العملية دون توقف مدة ٢٤ ساعة ويعمل الجهاز بالشكل التالى :

١ — تحول الصورة الفوتوغرافية فى جهاز الارسال الى اشارات كهربائية وترسل

٢ — يستقبل جهاز الاستقبال هذه الاشارات ويحولها الى معلومات ضوئية عن طريق الخلية الكهروضوئية .

٣ ـ تسجل المعلومات الضوئية على ورق حساس يوجد داخل الجهاز ويلف بطريقة معينة تجعله يستطيع تسجيل كل المعلومات الضوئية التى بالصورة على الورق الحساس .

٤ ـ تجرى عمليات التشغيل من اظهار وتثبيت وتجفيف ..

٥ ـ توضع الصورة الفوتوغرافية فى صورتها النهائية فى مكانها وتبدأ صورة جديدة ...

جهاز الراديو او التلوجراف ..

انتهى الفنيون اخيرا من اكتشاف طريقة تسمح بالنقل والتصوير بواسطة ذبذبات الراديو . فقد تمكن الفنيون من ارسال الوثائق المخطوطة والمكتوبة على الآلة الكاتبة او المطبوعة والرسوم والصور الفوتوغرافية بالراديو حيث تحول هذه الوثائق والصور الى اشارات كهربائية ثم ترسل وتحول تلك الاشارات الكهربائية لجهاز الاستقبال الى معلومات ضوئية وتسجل على ورق حساس أعد كيمائيا كما يمكن أن تنقل صفحة كاملة من صحيفة بواسطة هذا الجهاز .

٤ ـ الصحف والمجلات الأجنبية :

ويستفاد منها فى أعادة طبع ونشر بعض هذه الصور مع الاخبار والموضوعات الخاصة بالجريدة وذلك لصعوبة الحصول على هذه الصور من مصادرها الأصلية .

مثال لذلك .. موضوع صحفى عن ـ صفقة الطائرات الامريكية الف ١٥ الى مصر والسعودية يمكن الحصول على صور لهذه الطائرات من مجلة عسكرية ومتخصصة وموضوع آخر عن أشهر موضات باريس الآن يمكن الحصول على صور تصاحبه من أبواب الموضة بالمجلات الفرنسية .

٥ ـ المصورون المحترفون :

الذين يعملون بالقطعة اى يصورون صور الاشخاص او الموضوعات هم يقومون ببيعها الى الصحف والمجلات .

٧ ـ المصورون الهواة :

الذين يعرضون نتائج عملهم على الصحف بلا مقابل .

٨ ـ الجمهور :

من القراء الذين يقدمون بعض الصور المناسبة الى الصحيفة وقد تعوض الصحيفة بذلك المصدر تخلفها عن تصوير حدث معين وقت حدوثه بينما استطاع احد الجمهور التقاط صور له .

٩ ـ مكاتب العلاقات العامة فى المصالح والهيئات والشركات ، وكذلك ادارات الاعلام ومكاتب الصحافة بالوزارات والسفارات والمؤسسات الكبرى :

وهى تهتم اهتماما كبيرا بتوفير المعلومات والصور اللازمة التى تقدمها الى

الصحف واجهزة الاعلام عن نشاطات ومشروعات اقسامها واجهزتها المختلفة (انظر الجزء الخاص بالصورة كاداة من أدوات العلاقات العامة) .

١٠ ـ قسم المعلومات فى الصحيفة :

يتكون هذا القسم بشكل عام من المكتبة والارشيف ، والذى يهمنا هنا هو الارشيف الذى ينقسم الى أرشيف للصور وارشيف للمعلومات .

ـ **ارشيف الصور** : ويضم ارشيف الصور كل اصول الصور التى حصلت عليها الجريدة أو المجلة من مصادرها السابقة سواء نشرت ام لم تنشر ، وترتب الصور ابجديا بالنسبة لأسماء الاشخاص والموضوعات او الاثنين حتى يمكن الوصول الى الصور المطلوبة بسرعة وبسهولة وبالاضافة لهذا الارشيف فى بعض الصحف نجد أن لقسم التصوير ارشيفه الخاص به .

ويحتفظ فى هذا القسم (أو بارشيف قسم التصوير) بالسالبيات Negatives والانماط المعدنية ـ الجاهزة ـ (الكليشيهات) ـ حتى يمكن الحصول عليها وتطبع بسهولة فى اخر لحظة . ووجود اصول الصور والسالبيات يجعل عمل الاخراج اكثر مرونة لأنه يسهل عمل الأنماط المعدنية المطلوبة دون تقيد بالنمط المطبوع من قبل (الكليشيه) .

ولابد من وجود نبذة ترفق بكل فيلم او صورة لتسهيل عملية الاخراج وسرعته ايضا تحدد موضوع الفيلم أو الصورة وتاريخ التقاط الصورة ونشرها وتلجأ الصحيفة الى الارشيف للحصول على الصورة او النمط المعدنى (الكليشيه) فى الحالات التى لا تتطلب التقاط صور جديدة لشخص او لمكان أو لموضوع ما (62, 53, 46, 70, 72)

المبحث الثانى

خطـوات انتاج الصـورة الصحفية

مراحـل انتاج الصـورة الصحفية :

أولا : التكليف بمهمة :

يكلف المصور الصحفى بتصوير موضوع معين ، او يلتقط هو صورا بمفرده باحساسه الفنى والصحفى وقد يكلف مصورا خارجيا او يتفق مع وكالة للصور .

ثانيا : عملية التصوير :

ينفذ المصور الصحفى تصوير الموضوع او الخبر سواء كان يعمل فى قسم التصوير بالجريدة او خارجها .

ثالثا : التحميض والطبع :

بعد التقاط الصورة تذهب الافلام الى المعمل ، حيث يجرى عمليات التحميض والطباعة .

بعد ذلك تتلقى الصحيفة الصور المطبوعة Prints بعد تحميضها وطباعتها فى المعمل الخاص بالصحيفة ـ بقسم التصوير ـ أو من المصادر الاخرى ـ السابق الحديث عنها ـ للصورة الصحفية . وفى بعض انواع الطباعة تتلقى إيجابيات فقط او سالبيات (المجلات) .

رابعا : تقويم واختيار الصور للنشر :

تسلم الصور ـ ولتكن هنا صورة واحدة نتتبعها ـ الى المحرر المختص بفحص الصور واختيارها وقد يكون الـ (Picture editor) أو محرر الصورة وهو شخص لا يقوم الا بهذا العمل فقط فى بعض الصحف وقد يقوم بهذه العملية محرر الصورة هذا مع المصور وسكرتير التحرير المركزى والتنفيذى ، وقد يقوم بها المصور

وسكرتير التحرير المركزى والتنفيذى (الفنى) وقد يقوم بهـا سكرتير التحرير المركزى او التنفيذى (الفنى) بمفرده ، والذى يهمنا هنا هو بعض الاسئلة التى تثار اثناء هذه العملية ـ التقويم والاختيار للصور الصالحة للنشر ويبحث المحرر المسئول عن هذه العملية عن اجابات لها يستطيع عن طريقها الوصول الى الصور المناسبة والصالحة للنشر واهم هذه الاسئلة هى :

- ما هو نوع هذه الصورة .. ؟ هل هى صورة خبرية ام صورة تصف موضوعا ما ام صورة جمالية ، هل ينبغى ان تنشر اليوم ام تؤجل واذا تم تأجيلها هل تفقد قيمتها ..؟

- ماهى العناصر المحددة التى تعطى للصورة هذه القيمة الخبرية او الموضوعية (الايضاحية او الدلالية) او الجمالية ..؟ هل صورت الواقعة الخبرية بشكل جيد ..؟ وما مقدار المغزى الموجود فيها والذى يستدعى حذف اجزاء من المادة الصحفية ووضعها بدلا منها ..؟ هل تروى القصة الاخبارية بشكل كاف .. ؟ هل تبرز أهم ما فى الموضوع ..؟ هل فيها تكوين تشكيلى ..؟

- هل يمكن ان تعرض الصحيفة للمساءلة القانونية او الجنائية ؟

- هل الصورة واضحة وبسيطة ام معقدة وغير مفهومة لاول ناظر اليها ، ؟ هل هى مجرد بورتريه ..؟ أم صور الجماعة هل فكرتها جديدة أم قديمة ومبتذلة..؟

- هل هى من الناحية الفنية ـ واضحة التفاصيل ..؟ هل هناك اجزاء ضبابية أم انها لامعة ..؟ هل هى قابلة للطبع هل يمكن عمل بعض الرتوش لمعالجة العيوب التى توجد بها بواسطة الفنى فى المعمل ..؟ هل بهـا نقاط بيضاء وسوداء ـ واضحة وكافية لعمل وخلق تناقض داخلها .. ؟ هل هناك تدرجات لونية بين الاسود والابيض ، (حيث اكد أحد الخبراء ان كل صورة مطبوعة (Print) بشكل خفيف ينبغى ان تتدرج لونيا وظلبا بحيث تضم لونا او درجة او تدرج أسود ثم ابيض ثم رمادى ثم ما بين الابيض والرمادى واخيرا ما بين الرمادى .. والاسود) ..

- ماهو الموضوع الذى ستصاحبه ؟ او انها تنشر بمفردها وهل التعليق المصاحب لها الـ Caption أو الـ Cutlines معبر عن مضمونها ؟

- ما الذى سـوف يحـذف منهـا eliminate وهل ستكبر enlarge أم ستصغر reduce هل ستضاف اليهـا بعض الاجزاء أم يتم عمل براويز لها ؟ هل هناك خلفية زائدة ينبغى ازالتها ؟ .

- هل أبرز عنصر الخبر او التوضيح او الراى او الجمال فى الصورة بشكل جيد ؟

خامسا : تحرير الصورة : او كتابة الكلام المصاحب لها ..

سادسا : اخراج الصـورة : وذلك عن طريق سكرتير التحرير التنفيذى (الفنى) محرر الاخراج او المخرج الصحفى الذى تسلم اليه الصورة فيحدد ـ موقعها فى الصفحة ويحدد الحجم الى ستنشر به وعمليات التصغير او التكبير (Cropping) وقد يشير باجراء بعض الرتوش فيها أو دمج أكثر من صورة معا .

سابعا : طباعة الصورة : ترسل الصورة او الصور الى ورشة الحفر لاعداد الكليشيه (بالنسبة للطباعة البارزة) وفى أنواع الطباعة الاخرى (كالاوفست والروتوغرافور) هناك مراحل اخرى للطبع بالنسبة للصورة . بعد ذلك يذهب الكليشيه الى التوضيب لكى يأخذ طريقه مع الصفحة بعد عمل البروفات — الى عمليات الكبس والسبك ثم الطباعة فى الطباعة البارزة وبطرق أخرى فى الاوفست والروتوغرافور حتى تصل الينا الصور فى النهاية مطبوعة فى نسخ الجريدة او المجلة الى جانب المواد المكتوبة (٦) .

الفصل الثالث

المصـــور .. وأخلاقيات الصــورة الصحفية

المبحث الأول

المصــور الصحفى : الأهميــة والسمات

المصور الصحفي هو الشخص الذي يقوم بالتقاط الصـور التي ستنشر في الصحيفة ، وهو الأساس لكل صورة صحفية ، وأيا كان المصور : مصور الجريدة الخاص او مصور وكالة الأنباء ، أو مصور وكالة الصور والرسوم ، او المصـور الذي يعمل في احدى ادارات العلاقات العامة ، فهو المصور الصحفي أيا كان مكانه أو عمله .

مصور فقط .. أم محرر مصور ؟ :

وقبل الحديث عن المصور الصحفي بالتفصيل نناقش قضية هامة تثار منـذ فترة في الصحافة الحديثة على المستوى النظرى والتطبيقى وتختلف الآراء فيها : فالبعض يرى وهذا إتجاه قوى نلمحه في بعض دور الصحف العالمية أن المنـدوب الصحفي الكامل هو الذي يعرف كيف يستعمل آلة التصوير ويخضعها لاتجاهاته في تغطية النبأ او الموضوع الصحفي بحيث اصبح المبدأ المعمول به الآن والذى يطلق بشكل نموذجي على الصحفي المثالي — وهو ان عدة المحرر الصحفي ليس قلمه فقط بل عدته هي أسلحته الثلاثة : عقله ، وآلة التصوير ، والآلة الكاتبة (١٨) .

ووصل الأمر عمليا الى ظهور ما يسمى بال Combination man او الشخص الذى يجمع بين عمل المندوب والمصور وهو المنـدوب المصـور الذى يحصـل على القصة الاخبارية ويكتبها ويصورها ويستعمل الكاميرا والقلم بشكل متسـاو .

والهـدف هو الا يعمل المندوب أو يرى بعين واحدة يترك العين الأخرى لغيره وهو المصور الذى يرافقه في تغطيته الإخبارية المحتاجة الى مصور (48) .

لكن .. لماذا .. ؟ لأن النظام الحالي وهو أن يعمل المندوب أو المحرر في جمع المادة الصحفية وكتابتها والمصور يقوم بالتصوير فقط ، يصعب فيه تحقيق التجانس التكامل بين الجهدين وبين العينين : عين المندوب وعينى المصور مما ينتج عنه عدم خروج الصورة الصحفية المعبرة بدرجة جيدة وذلك لأسباب كثيرة منها :

١ ـ انه لا تجرى عملية تخطيط بين الطرفين ، ولهذا نجد ان كلا منهما يركز على زوايا قد لا يكون بينها أى تجانس .

٢ ـ ان المصور لا يتفرغ للتغطية الكاملة للنبأ اذ يكتفى بالتقاط صورة او أكثر تسجل الواقعة الخبرية ، ولكنه لا يواصل عمله مع المندوب حتى تتم التغطية مما ينتج عنه فقدان بعض زوايا خبرية فى حاجة الى صور ـ تسجلها .

٣ ـ ان المصور قد يختلف مع المندوب فى النظر الى القيمة الخبرية للنبأ مما يترتب عليه ان تأتى الصورة معبرة عن الواقع .

٤ ـ ان المندوب المصور يستطيع ان يخضع الكاميرا لتفكيره وخط سيره مع النبأ مما يجعل الموضوع الخبرى فى النهايه مخدوما خدمة صحفية كامله .

٥ ـ ان الغالب هو ان المصور لم يكن اصلا صحفيا او مندوبا ، بل انه تولى عمله كمصور صحفى ، لأن مهنته الأصلية هى التصوير بصفة عامة وان له قدرات على التقاط صور فوتوغرافية جيدة ، وفرق بين المصور الجيد من الناحية الفنية والصورة الصحفية التى توافرت لها أيضا الناحية الفنية (١٨) .

ولكن هناك اعتراضات كثيرة توجه الى فكرة المندوب المصور وترى ضرورة فصل عمل كل منهما وتفرغ المندوب للتحرير والتغطية والمصور للتصوير ومبررات ذلك هى : ـ

١ ـ ان المندوب قد ينشغل بعملية التصوير عن تغطية واستكمال كل جوانب الخبر ، لانه سيصبح مقيدا بالكاميرا ، ولن يستطيع واحد ان يستكمل معلوماته من المصادر المختلفة ويقوم بتصوير الوقائع التى تحتاج الى تصوير لقطات صحيفة ذات مضمون جيد وتشكيل فنى مناسب وبالتالى قد لا يصلح المندوب المصور فى النهاية فى اى من هذين العملين .

٢ ـ ان مجرد وجود كاميرا فى يد المندوب الصحفى قد يبعث حالة من عدم الرضى أو الخوف لدى بعض المصادر التى قد يزعجها وجود اى جهاز او اداة مع المحرر أو المندوب الصحفى يمكن أن يسجل عليه شيئا كقلم وورقة أو جهاز تسجيل أو كاميرا لانه فى قرارة نفسه يشعر انه مراقب وكل كلمة أو حركة أو تعليق له مسجلة أو مكتوبة او مصورة ، وبذلك يفقد المندوب هذا المصدر تحريرا وتصويرا ، فلا يتكلم معه ولايسمح له بان يصوره . وقد يتحدث معه ـ مجاملة ـ ولكنه لن يكون حديثا عاديا بل مقيدا او متوترا او مقتضبا .

٣ ـ ان المندوب الصحفى بتفرغه لعملية التغطية الصحفية التحريرية وأعطائه التوجيهات للمصور اثناء التقاطه الصور يعطى المصور فرصة لكى يبدع ويبتكر ويظهر مقدرته الفنيه فى اختيار الكادر الفنى وتحديد الشكل المناسب لتوصيل المضمون الصحفى الذى يريده المندوب .

٤ ـ ان هذه الفكرة : فكرة المندوب المصور تتعارض مع اهم سمات هذا العصر بشكل عام والصحافة خاصة وهى سمة او مبدأ التخصص الذى وصل الى درجة كبيرة من الدقة داخل وخارج دور الصحف .

صفات المصور الصحفي :

هناك قواعد اساسية للتصوير وانواع محددة من الكاميرات واساليب متفق عليها فى تحميض الصور وطبعها واجراء الرتوش فيها ، ثم حفرها وطباعتها فى الجريدة او المجلة الا اننا فى النهاية نجد صورا صحفية ناجحة واخرى تقليدية .. لماذا ... ؟

لان وراء الكاميرا (آلة التصوير) انسانا ــ صاحب فلسفة خاصة ورؤية ذاتيه ودوافع وقدرات مميزة فنيا وصحفيا . يحركها ويوجهها وذلك لتوصيل المضمون الذى يريده فى شكل محدد ، ونجاح هذا الانسان او فشله يتوقف على مدى امتلاكه للحس الصحفي والفني الذى يختلف من انسان الى آخر ، أى من مصور الى مصور صحفى آخر .

ولو عدنا الى الماضى لنرى صورة المصور الصحفى ، نجد ان الناس كانوا ينظرون اليه بنوع من الشفقه والعطف لانه من وجهة نظرهم كان مجرد شخص يلتقط الصور للجريدة ــ وتنقصه الفطنة والتفكير والنشاط لانه لو كان فطنا او مفكرا او نشيطا لما اضطر للعمل كمصور صحفي وعمل كمندوب او كمحرر صحفى .

وتطورت النظرة بعد ذلك ، ولم يعد المصور الصحفي هو مجرد ، ذلك الشخص الذى يلتقط الصورة الفوتوغرافية فقط ، بل اصبح شخصا يلتقط صورة فوتوغرافية صالحة فى الصحيفة فكل من المصور والمندوب يمكن أن يحقق كسبا وسبقا صحفيا .

الأول : بالتقاط صورة ناطقة لا ينافسه فى قيمتها احد .

الثاني : انفراده بمعلومات وبيانات خبرية تفيد القارىء وتهمه ولا يجدها فى صحيفة اخرى ...

ولكن مهمة المصور احق بكثير من مهمة المندوب : لانها تتطلب سرعة خاطر وانتباها مشدودا للحدث الاخبارى لان فرص الحصول على اللقطات الناجحة قد تمر فى ثوان معدودة ثم لا تتكرر اما المندوب الصحفي الذى ينقل الوقائع فقد يفوته التقاط الوقائع (تغطيتها) بعد حدوثها مباشرة ولكنه يستطيع اللحاق بها بالسماع من شهود العيان على العكس من الكاميرا التى يجب أن تكون هى شاهد العيان المطلوب وجوده فى مكان ــ الواقعة كى يسجل احداثها وينفرد بها .

لذلك ينبغى ان تتوافر فى المصور الصحفي عدة صفات او مزايا لكى تتعدى وظيفته مجرد الضغط على زر آلة التصوير والتقاط صورة فوتوغرافية وهى بالاضافة الى تمتعه بالحس الصحفي وتحليه بالقدرة العامة اللازمة للصحفى المقتدر وقدرته على العمل فى ظروف صعبة ووعيه بسياسة وظروف ــ الجريدة التى يعمل بها ، يمكن تلخيصها فى القدرات والصفات التالية :

١ ــ تمتع المصور الصحفى بحس فوتوغرافى فعلى المصور الصحفى أن يعرف ويميز غريزيا المشاهد التى تؤثر وتقدم صورا جيدة ناجحة فالحياة يجب ان تكون بالنسبة للمصور : سلسلة من الاحتمالات ــ التى يمكن أن تلتقط بالعدسة وهكذا يجب ان ينظر الى كل مجال وكل حدث وكل فعل حركى من

ناحية الصورة التى يمكن أن يقدمها وفى كل مناسبة يجب أن يفكر المصور فى افضل طريقة يلتقط بها المشهد .

٢ ـ قدرة فنية وميكانيكية على استعمال آلة التصوير واجادة عمليات الاظهار والطبع وسائر العمليات الفنية المتصلة بذلك .

٢ ـ مقدرة على سياسة الناس وادارتهم ذلك ان المصور شأنه شأن المحرر او المندوب الصحفى يتعامل مع اناس من مختلف الأنواع والأوضاع ولكنه بشكل خاص يجابه صعوبات أكثر من الصعوبات التى يجابهها المحرر او المندوب الصحفى فى أداء مهمته ، وهذا يرجع الى ما تتمتع به آلة التصوير من قوة واحكام نهائية وحاسمة فى حين أن الشخص الذى يجرى المحرر معه مقابلة يستطيع التحدث بالشكل الذى يريده لينشر ما يسره فقط ، بينما لا يملك تلك السلطة أو الرقابة على آلة التصوير ، فقط يلتقط المصور الصحفى صورة هذا الشخص من زاوية غير ملائمة أو فى وقت سيىء ومع ذلك فليس له من سبيل لمعرفة هذه الحقيقة قبل أن يرى صورته منشورة فى الجريدة وبالتالى فان كثيرا من الأشخاص لا يرغبون فى أن يكونوا هدفا لعدسة المصور مع انهم لا يمانعون فى التعاون مع الصحفيين، وقد صنف بعض علماء الصحافة الأشخاص المرشحين للتصوير الى ثلاث فئات :

الأولى : فئة القابلين للتعاون ..

الثانية : فئة غير القابلين للتعاون ..

الثالثة : فئة غير القادرين على التعاون ..

٤ ـ العلم بنوعية الصور التى يمكن أن تضع الجريدة فى موقف قانونى تحاسب عليه وتعرضها لدعاوى القذف او السب أو انتهاك خصوصيات الجمهور وهو نفس ما يفعله المحرر الصحفى .

٥ ـ الروح الابتكارية والسبب ان القراء لديهم كراهية ملحوظة للصور الجامده التى يقف اصحابها امام المصور الصحفى للتصوير لذلك اصبحت الأصالة والابتكار فى الصورة هامة جدا وذلك لكثرة عدد الصور المنشورة فى الصحف (١٧ ، 53 ، 69) .

اتجاه واضح الى التخصص :

مع التطور الكبير فى الصحافة من الناحية التكنولوجية والمهنية ومن ناحية المضمون المقدم بدأ يحدث نوع من التخصص بين المحررين وضاقت دائرة هذا التخصص لتشمل الآن محررين متخصصين فى شئون البترول أو الشرق الاوسط أو الخليج العربى او تلوث البيئة على سبيل المثال ، وتبع ذلك ظهور الاتجاه الى التخصص بين المصورين داخل الصحيفة شأنهم فى ذلك شأن كل الصحفيين : البعض يتخصص فى تصوير الصور الاخبارية والبعض الآخر فى صور الموضوعات والبعض الثالث فى المواقف الانسانية او قد يتخصص بعض المصورين فى تصوير المباريات الرياضية وآخرين فى مجال الموضات والأزياء أو الحوادث او الشئون السياسية او العسكرية (١٧ ، 48) .

المبحث الثانى

الجوانب الأخلاقية فى الصورة الصحفية

قديما كان هناك قول او مثل شائع يقول ان : « الكاميرا لا تكذب ابدا » ! ولكن ذلك القول .. أصبح الان بعيدا عن الحقيقة ، ولا يعبر الا عن قدرة الصورة على العرض الجيد لوقائع موضوع ما ، ولكن هذا لا يعنى الموضوعية ، فموضوعية الصورة ليست كاملة كما يتصور البعض .

وعلل كثيرون ذلك — ومنهم فيللى شيفى — بأن الصورة لا تصور الحقيقة كاملة اذ انها التقطت لتعبر عن موضوع ما ، كما يمكن تغيير الصورة بواسطة الرتوش ، بل ان مجرد اختيار صورة وليس أخرى هو دليل على تحيز متعمد من المصور وقت الالتقاط والمحرر عند المفاضلة بين عدة صور تم التقاطها .

والصور التى تروى أو تصاحب قصصا أو موضوعات اخبارية مثلها مثل هذه القصص أو الموضوعات يمكن ان تحرف وتشوه بأكثر من طريقة ومثال ذلك : نجدان المظهر الخارجي لمرشح فى الانتخابات أو مرشح لمنصب عام شيء هام جدا ويؤثر في ذلك الصور التي تنشر فى الصحف لذلك نجد بعض الصحف تهتم بنشر الصور الجيدة الجذابة بالنسبة لمن تؤيدهم وتقف بجانبهم من المرشحين — خاصة فى أوقات الانتخابات — بينما لا تدقق أو تنشر الصور المنفرة غير الجيدة وغير الجذابة لمن تعارضهم وصورة واقعة ما يمكن ان تشوه بواسطة المصور : عن طريق اختياره لزاوية تصوير معينة او لقطة معينة فصورة تمرد أو مظاهرة يمكن أن تظهر أحد المتمردين وهو يلقى حجرا على رجل البوليس أو انها قد تظهر رجل البوليس وهو ينزل بهراوته على راس هذا المتمرد وقد يتغاضى المصور عن عشرات اللقطات التى حدثت وتعبر عن فكرة ما ويصور لقطة واحدة تخدم فكرة اخرى يقتنع بها هو او تخدم الخط العام لجريدته او مجلته ..

كما أن عملية تحرير واخراج الصورة — التى سنشرحها بالتفصيل فيما بعد يمكن أن تلعب نفس دور التحرير والاخراج فى المادة المكتوبة فقد تستطيع الصورة

ان تقول كل شيء عن ما حدث أو جزء فقط وقد تشوه أو تحرف او تقول بشكل سيء ما حدث وقد تحذف تفاصيل هامة او تشمل تفاصيل تخلق انطباعا غير صحيح وقد تكون الصورة محملة – فى كتابة كلامها – بأكثر مما فى داخلها .

وقد اثار جيمس راسل ويجنز – رئيس التحرير السابق لجريدة الواشنطن بوست – خلال محاضرة له فى جامعة نورث داكوتا قضية موضوعية الصورة الصحفية حين قال :

ان الكاميرا تستطيع ان تكون فضولية ، محيرة ، غير خجولة وكاذبة غير صادقة ويعلق على الصورة المشوهة لرجل البوليس خلال الاضطرابات الاهلية فيقول : ان الصورة قد تكون مصورة وممثلة للفعل (الحدث) ، ولكنها تفشل فى ان تقول حقيقة ما حدث بالتفصيل ولماذا ..؟ وأضاف ويجنز ان الكاميرا لا تقول الحقيقة وبسبب ان ما تقوله ليس الحقيقة كلها فان الشك حول الوسائل الاعلامية يثار فى عقول القراء الذين يعرفون أن رجال البوليس مهما كانت غلطاتهم غير المشكوك فيها ، ليسوا دائما مخطئين .

وينهى جيمس راسل وينجز – رئيس تحرير جريدة الواشنطن بوست السابق – حديثه قائلا : ان الصورة قد تكون صارخة وقد تكون مجرد وسيلة لسرد الاحداث ، ولكنها اذا حملت انطباعا مزيفا أو مشوها ، فمن الأفضل من وجهة نظره تركها بدون نشر .

وهناك عملية الفوتومونتاج : photomontage

وهى اخطر عمليات تغيير ملامح الصورة بالحذف أو الاضافة او التركيب أو كلهم معا ، وقد تكون حسنة النية ، وتهدف الى مجرد تقديم مشهد معبر ، وقد تهدف الى تشويه صورة ما وتقديم انطباع سيىء عن موضوع او اشخاص فى داخل الصورة أو مجموعة الصور .

وتتم عن طريق عمليات قص اجزاء من اكثر من صورة ثم تركيبها معا ثم طبعها فى النهاية كصورة واحدة – وهو نفس تكتيك المونتاج السينمائى الذى يضع لقطة قبل لقطة او بعدها ليعطى تاثيرا معينا – وقد تستخدم فى مشهد له غرض موضوعى جيد مثل : صور لاحتفال الناس بشم النسيم فى اكثر من مكان او لجان امتحان الثانوية العامة . او لغرض سيىء مثل صورة مركبة تبين ان من حكم المباراة كان متحيزا ضد لاعبى نادى معين خلال المباراة (46 ، 47 ، 53 ، 65 ، 67) .

الفصل الرابع

اللـون .. والصـورة الصـحفية

طباعة الصورة الصحفية الملونة :

فى الحديث عن اللون ينبغى ان نفرق بين اللون فى التصوير الفوتوغرافى اللون او الوان الضـــوء ، وبين اللون فى الطبـــاعة او الالوان الصبغية Pigments فلكل تكوينه وابعاده وسماته وخصائصه .

فنحن اذا مررنا شعاعا ضوئيا أبيض خلال منشور زجاجى ، فسوف يتحلل هذا الشعاع إلى أشعة أخرى ملونة تمثل الوان الطيف السبعة وهى : الأحمر ، البرتقالى ، الاصفر ، الاخضر ، الازرق ، النيلى ، البنفسجى ، وتتداخل الوان هذه الأشعة المنظورة بعضها فى بعض دون تحديد دقيق بينها .

ومع ان الالوان المشار اليها سبعة ، الا أن من بينها ثلاثة الوان اولية فقط Primary colors هى الاحمر والاخضر والازرق اذا خلطت بنسب مختلفة من هذه الألوان الأولية .

ويمكن الاستدلال على ذلك اذا جهزنا ثلاثة مصـــادر ضوئية Spot Lights تبعث ضوءا مركزا بحيث تكون الاشعة الصـــادرة من الاول زرقاء ، ومن الثـانى خضراء ، ومن الثالث حمراء . فسوف نشاهد حين تضاف الوان الاشـــعة الثلاثة بنسب متساوية وتتجمع على لوحة سوداء مثلا انها أثارت احساسا باللون الابيض .

وهذا يدل على ان الآشعة البيضاء تتكون من ثلاثة الوان اولية فقط ، واذا أطفأنا أحد المصـــادر الضـــوئية الثلاثة (الزرقاء والخضراء او الحمراء) وتركنـا المصـــدرين الأخيرين فســـوف ينتج اختلاط أى من ألوان الأشـعة الأولية لون جديد :

- اللون الأزرق + اللون الاخضر ينتج عنه الازرق والاخضر (السيان)
- اللون الاخضر + اللون الاحمر ينتج عنه الاصفر .
- اللون الاحمر + اللون الازرق ينتج عنه القرمزى (الماجنتا) .

وتعرف هذه المجموعة : الاصفر ، القرمزى ، والسيان باسم الالوان المكملة Complementary colors وعلى هذه النظرية يعتمد التصوير الفونوغراف الملون (٣٤) اما الألوان الصبغية أو الطباعية فتختلف تمام الاختلاف عن الألوان الضوئية السابقة .

فالألوان الطباعية الأساسية هي : الاصفر ، الاحمر ، الازرق .

والألوان المشتقة : التى تنتج عن مزج لونين اساسيين بنسبة واحدة هى :

- اللون الاصفر + اللون الاحمر ينتج عنه البرتقالى .
- اللون الاحمر + اللون الازرق ينتج عنه البنفسجى .
- اللون الاصفر + اللون الازرق ينتج عنه الاخضر .

اما الألوان الثانوية : فتنتج عن مزج لونين اساسيين بنسب غير متساوية .

والألوان الأساسية ثلاثة .

والألوان المشتقة ثلاثة .

والألوان الثانوية اثنا عشر .

ولكن عدد الألوان الطباعية ليس محدود فقط بهذه الألوان الثمانية عشر لأن كل لون له درجاته المختلفة التى تبدأ من الدرجة الفاتحة الى أن تنتهى بالدرجة القائمة من جهة اخرى .

ويمكن الحصول على اللون الفاتح باضافة اللون الابيض ، ويمكن الحصول على اللون القاتم (الداكن) باضافة اللون الاسود (١٦ ، 69) ، وعلى هذه النظرية تعتمد طباعة الألوان عامة والصور الملونة كجزء منها .

ابعاد ومواصفات اللون :

هناك طرق عديدة وضعت لتحديد مواصفات اللون Color specification بنيت على اسس مختلفة ، ولكن اكثرها تداولا هما :

اولا : طريقة الـ I.C. I. لوصف الألوان

وترمز الحروف الأولية I.C.I. الى اختصار هذا الاسم Internal commission of illumination

تحدد ثلاثة خصائص للون هى :

١ - أصل اللون Hue : ويسميها البعض « كنة اللون » وهى الخاصية التى تترتب على اختلاف اطوال الموجات الضوئية فتجعلنا نطلق اسماء كالاحمر أو الاخضر او الازرق والبرتقالى او البنفسجى ، ويختلف اصل كل من هذه الألوان عن الآخر فى طول موجته الضوئية ، ولا يتغير أصل اللون الا باختلاف طول الموجات الضوئية .

٢ ـ تشبع اللون Saturation يرتبط تشبع اللون بمدى نقائه أى بمدى اختلاطه بالالوان المحايدة neutral colors (الابيض والاسود والرمادى) فلو خلطنا لونا ازرق مع كمية معجون أبيض فسوف تقل درجة تشبعه ويصبح ازرق مائلا للبياض أو « باهتا » pale ويزيد بهتانه كلما زادت كمية المعجون الابيض ولا يمكن ـ القول حينئذ بأن اضافة اللون الابيض قد غيرت من أصل اللون hue اذ لم يتغير طول الموجة الضوئية ، ويكون اللون قد وصل الى اقصى درجات تشبعه لو كان لونا طيفيا نقيا .

وينقص تشبع اللون Desaturation of color في أحوال ثلاث هى :

(أ) نقص التشبع لاختلاط أصل اللون بقدر من الابيض ، ويقال أن أصل اللون قد خفف tinted ونطلق عليه بالعامية لون « هادىء » light أو « باهت » pale

(ب) نقص التشبع لاختلاط أصل اللون بقدر من الاسود ؛ ويقال ان اصل اللون قد ظلل ، shaded

(جـ) نقص التشبع لاختلاط اصل اللون بقدر من الرمادى ، ويقال ان اصل اللون قد حويل او عودل neutralized

وفى الحالتين ب ، جـ نقول أن اللون قد صار « اغمق » darker .

٣ ـ تضوع اللون Brightness

ويتوقف هذا التضوع على بعد مصدر الضوء عن الجسم الملون نتيجة لنقص الطاقة الضوئية الساقطة عليه اما لبعد المصدر الضوئى او لانخفاض الطاقة التى ينفثها رغم عدم حدوث أى تغيير فى الخصائص الطيفية للاشعة .

واذا استمر ابتعاد مصدر الضوء تدريجيا عن الجسم الى مسافة كبيرة جدا يسود الظلام فى النهاية ، فتبدو جميع الالوان سوداء ، فاحساسنا بألوان الاجسام لا يعدو أن يكون احساسا بالاشعة المنظورة المنعكسة من هذه الاجسام . فاذا قلت هذه الاشعة أو اختفت نهائيا بعد زوال المصدر الضوئى تماما فلن يكون هناك اشعة منعكسة وبالتالى ، لن تبدو لنا الوان مرئية .

ويتوقف ذلك على أصل اللون وفى حالة ابتعاد مصدر الضوء تدريجيا عن الجسم او السطح الملون يظهر لنا أن :

(أ) اللون الاحمر سوف يبدو احمر بنيا ، ثم يقتم تدريجيا حتى يصل الى مرحلة الاسوداد .

(ب) اللون البرتقالى : سوف يبدو بنيا ، ثم يقتم تدريجيا حتى يصل الى مرحلة الاسوداد .

(جـ) اللون الأصفر سوف يبدو أصفر بنيا ، ثم يقتم تدريجيا حتى يصل الى مرحلة الاسوداد .

(د) اللون الأخضر : سوف يبدو أخضر زيتونيا ، ثم يقتم تدريجيا حتى يصل الى مرحلة الاسوداد .

(هـ) اللون الابيض : سوف يبدو اخضر زيتونيا ، ثم يقتم تدريجيا حتى يصل الى مرحلة الاسوداد (٣٤) .

ثانيا : طريقة Munsell لوصف الألوان :

يرجع الفضل فى وضع اسس هذه الطريقة الى Albert H. Munsell نشرها عام ١٩٠٥ لأول مرة : وتعتمد فى وصفها للون على خصائص ثلاث هى :

١ ـ اصل اللون Hue : أو التسمية اللونية ، وهى التسمية التى اصطلح الناس على اطلاقها بالنسبة لكافة الألوان ، وما تجعلنا نفرق بين لون وآخر ، وعند Munsell هناك خمسة الوان رئيسية هى : الأحمر ، الأصفر ، الأخضر ، الأزرق والبنفسجي والوانه المتوسطة هى : (أصفر + أحمر) ، و (أخضر + اصفر) ، و (ازرق + أخضر) و (ازرق + بنفسجي) و (أحمر + بنفسجي) .

اي ان أصل اللون أو التسمية اللونية هى الهوية الأساسية له أو الصفة التى تجعلنا نميز لونا عن آخر : مثل الأزرق عن الأخضر ، والأحمر عن البرتقالى أو الأحمر البرتقالى عن الأحمر الأرجوانى ، فاللون القرنفلى مثلا ليس hue ولكنه مجرد tone او درجة للأحمر ، ولتغير الـ hue الى hue آخر يضاف لون يغير الطبيعة الأساسية مثل جعل الأزرق أخضر باضافة الأصفر (٢٩ ، ٣٤ ، 69) .

٢ ـ قيمة اللون Value : او درجة اللون ، هى الصفة التى تجعلنا نطلق عليه لونا فاتحا او لونا قاتما ، وقد يتفق أصل لونين ولكنهما يختلفان فى درجتهما أو قيمتهما اللونية فيكون أحدهما ساطعا يعكس كمية كبيرة من الأشعة والثانى قاتما تقل كمية الأشعة المنعكسة منه (٣٤ ،) .

او هى الفاتح والقاتم فى اصل اللون او فى نفس اللون ، او الصفة التى يفرق بينها وبين القرنفلى او الأحمر على سبيل المثال ، نستطيع ان نزيد من قيمة الـ hue واضافة الأبيض ونقصها باضافة الاسود بدون تغيير الـ hue واذا اضفنا الأبيض الى الأزرق ينتج درجة لونية أو قيمة اخف واضافة الأسود ينتج عنه ظلا اكثر قتامة ، ولكن التسمية الأساسية او الأصل او الـ hue لاتتغير .

٣ ـ الكروما Chroma : أو كثافة اللون Intensity وتدل على مدى نقاء اللون اى درجة تشبعه ومدى اختلاطه بالألوان المحايدة الأبيض والرمادى والأسود وترتبط بقوة اللون او شدته ودرجة نقائه أو صفائه ونستطيع عن طريقها التمييز بين الألوان القوية والضعيفة .

ونستطيع تغيير الـ chroma بدون تغيير الـ hue باضافة الرمادى لنفس الـ Value الصبغى وكلما اضفنا رماديا أكثر تنتج كثافة أقل ويبقى الـ hue ثابتا (٢٩) .

كيف يمكن تغيير الألوان ؟

وتخليصا لما سبق مع بعض التفاصيل الجديدة نستطيع أن نقول أن هنـاك طريقتين لتغيير الالوان :

الطريقة الثانية (غير مباشرة) :

وتقوم على التغيير المادى للون عن طريق مزجه بالوان اخـرى للتأثير فى بعض ابعاده وذلك على النحو التالى : — مزج اللون بلون آخر للتغيير فى ال hue

— مزج اللون بالأبيض أو الأسود للتغيير فى ال Value

— مزج اللون بالرمادى لتقليل ال chroma أو للتأثير فى درجة النقاء .

— مزج اللون بالألوان المكملة له للتغيير فى ال Value أو ال chroma

الطريقة الثانية (غير المباشرة) :

وتقوم على خلق احساس بتغيير اللون على الرغم من عدم تغييره ماديا أو مزجه بأى لون آخر وينتج عن كل أو بعض العوامل التالية :

— تجاور لونين مختلفين فى ال hue أو ال Value أو ال Chroma

— تأثير اللون الأساسى لخلفية اللون .

— تتابع الألوان والتدرج اللونى فى التصميم .

— مساحة المادة الملونة وخضوعهـا للزيادة والنقص عنـد تحويلهـا الى افلام او كليشيهات لطبعها .

— طبيعة المادة الملونة من حيث نسيجها وتركيبها (٢٩) .

المبحث الثانى

التوظيف الصحفى للألوان

زاد استخدام الألوان فى الصحف (جرائد ومجلات) فى السنوات الأخيرة زيادة هائلة بحيث اصبحت القاعدة فى المجلات هى استخدام الالوان فى الصور وفى المتن واصبح الاستثناء هو صدور مجلات غير ملونة او صور (أبيض واسود) فقط ، وبحيث اصبحت المجلات الآن تشكل السوق الاول لتسويق الصور الملونة، وكذلك بدأ اللون يظهر بشكل كبير فى الصور المنشورة فى الجرائد التى تطبع بالطريقة البارزة ، وكذلك التى تستعمل منها طريقة الطباعة الملساء خاصة فى الصفحات المخصصة للصور أو فى الملاحق الاسبوعية التى تصدرها ، وترجع زيادة استخدام اللون فى الصحف بشكل عام ، والصور الملونة على وجه الخصوص الى عوامل عديدة اهمها :

اولا : الدور الرئيسى الذى تلعبه الألوان فى الحياة الانسانية : ذلك ان كل ما يحيط بالانسان من ظاهرات سواء طبيعية او صناعية لها الوانها الخاصة المتميزة حتى اصبحت الالوان جزءا لا يتجزأ فى تكوين الصور والاشكال التى يراها الانسان طوال يومه ، كما أصبحت أساسا للتمييز والتفرقة بين العناصر والاشكال المختلفة .

ثانيا : التطورات التكنولوجية فى وسائل وأجهزة وأساليب فصل الالوان وتصحيحها وطباعتها وأتاح هذا الحصول على تفاصيل دقيقة وجادة فى الصور ، فهناك على سبيل المثال آلات تصوير حديثة تستطيع أن تلتقط صورا للسالبيات الثلاثة (الاصفر ـ الاحمر ـ الازرق) « التفاصيل فى الفصل الخاص بطباعة الصور الملونة » فى لقطة واحدة اذ هى مزودة بالمرشحات الثلاثة معا بطريقة خاصة.

ثالثا : زيادة استعمال الطباعة الملساء وتطوراتها المختلفة : التى أتاحت ظهور اللون فى الجرائد التى تطبع بها وكذلك زادت من جودته فى المجلات .

رابعا : زيادة استعمال اللون فى وسائل الاعلام المختلفة : التى تعتمد على الصورة كالسينما والتليفزيون خاصة بعد انتشار اجهزة التليفزيون الملون .

خامسا . الوظائف المؤثرة التى يقوم بهـا اللون فى الطباعة والتى تلعب دورا هاما فى نجاح استخدام الصورة كوسيلة اتصال بالجماهير لنقل مضـمون معين بكفاءة وبفاعلية انجح من المادة المكتوبة بمفردها .

(ونركز على وظائف اللون فى الطباعة لان محور اهتمامنا الاساسى هنا هو ((الصورة الفوتوغرافية الملونة)) التى تكون فى النهاية مطبوعة فى جريدة او مجلة او داخل كتيب او نشرة او تقرير يعده رجل العلاقات العامة ، او تصاحب اعلانا داخل مجلة ، او ملصق او اعلان خارجى فى وسائل النقل كما سنرى فى البابين الخاصيين ((بالصورة .. فى الاعلان)) و ((الصـورة كأداة من أدوات العلاقات العامة)) .) .

وظائف اللون :

ومع تحديدنا وشرحنا لكل وظيفة يقوم بها اللون ، علينا أن نضع فى الذهن دائما ان هذه الوظائف الخمسة متداخلة وتشارك جميعها فى تحقيق أهداف أى اتصال بصرى وهى : جذب الانتباه وتحقيق درجة من قابلية القراءة (الانقرائية) وامكان فهم الاتصال وخلق انطباع موات ، ويمكن تحـديد وظائف اللون فى الطبـاعة فى الجوانب التالية :

١ ــ اللون يجذب الانتباه Colour attracts attention :

وجذب الانتباه هو الوظيفة الاساسية للون وتقوم على اسـاس التباين ــ فباضافة لون ناصع الى صورة او لوحة مطبوعة باللون الاسود تزيد درجة جذب الانتباه اليها ، وقد اظهرت الاختبارات النفسية ان عدد الناس الذين «ينتبهون» الى اتصال مطبوع يزداد باستعمال الالوان وعندما نقول « جذب الانتباه » فاننا نشير الى موقف يتضمن ردى فعل منفصلين من القارىء أو المشاهد :

الاول : هو انه قد تم جذبه .

والثانى : انه قد اثير اهتمامه ــ فى حالة اذا كان ما قد جذبه قد استولى على اهتمامه وكما قلنا يبنى جذب الانتباه على استغلال التباين : فلون واحد فاتح مع اللون الاسود يعطى تباينا كبيرا ، ومن الممكن مثلا استعمال ألوان باردة مثـل الازرق والبنفسجى والاخضر فى مواجهة الالوان الحارة أو الساخنة كالاحمر او البرتقالى .

٢ ــ اللون يعطى تأثيرات سيكولوجية Colour produces psychological effects

وضـع علماء النفس ــ بعد تجـارب واختبارات نفسية تجريبية ــ عـدة افتراضـات عن تاثير بعض الالوان سيكولوجيا وعن الدلالات السيكولوجية التى تحملها وتفسير ذلك من وجهـة نظرهم ان الالوان ترتبط لدى الناس بدلالات او معان أو مغزى خاص : فمثلا بسبب ارتباط الاحمر والبرتقـالى والأصـفر بالنار

والشمس تسمى بالالوان الحارة ويسبب ارتباط الازرق والبنفسجي والاخضر بالحر والسماء والخضرة يقال عنها انها الوان باردة (٢٩ ، ٣٤ ، 46 ، 57 ، 69

ويعبر بعض خبراء علم النفس عن تلك الوظيفة اللونية بانها وظيفة الاتصال بالقراء على اساس الرموز والايحاءات Symbolic communication ذلك أن احد التأثيرات الاساسية للالوان هو ما تثيره من أفكار .. فكل لون يعبر عن فكرة أو مجموعة من الافكار معتمدا على التجارب والخبرات السابقة للافراد (٢٩) .

ولا تتفق نتائج البحوث التى يقوم بها العلماء والباحثون - بشكل كامل - حول التأثيرات السيكولوجيه للالوان أو الارتباطات التى يثيرها كل لون، وعلى الرغم من ذلك نجد اتفاقا على بعض القيم او الافتراضات الخاصة التى تثيرها بعض الالوان ، يجمع عليه عدد كبير من علماء النفس والفنانين ودارسى السوق Market researchers خاصة فى مجال الاعلان - فقد اشارت هذه الدراسات الى ان :

اللون الأصفر : يشير الى البهجة ، عدم الامانة ، الشباب ، الكراهية ، الجبن ، الابتهاج ، التفاؤل ، الربيع ، الاشراق ، اللمعان .

اللون الأحمر : يرتبط بالحركة ، الحياة ، الدم ، النار ، الكراهية ، العاطفة ، الخطر ، القوة ، الولاء ، الشجاعة ، الغضب ، الاثارة .

اللون الازرق : البرودة ، الصفاء ، الهدوء ، السكينة ، الكبت ، الانقباض ، الحقيقة ، النقاء ، الرسمية ، العمق ، القيد .

اللون البرتقالى : يرمز للحصاد ، السقوط ، منتصف الحياة ، الوفرة ، النار الانتباه ، الحركة .

اللون الاخضر : قد يشير الى عدم النضج ، الشباب ، الربيع ، الطبيعة ، الحسد الطمع ، الغيرة ، الرخص ، الجهل .

اللون البنفسجى : (الارجوانى) يرتبط بالكرامة ، الولاء ، الأسف ، الياس ، الغن .

اللون الابيض : قد يرمز الى النظافة ، الخوف ، الشفقة ، المرض .

اللون الأسود : فيه الغموض ، القوة ، العزاء ، الثقل (٣٤ ، 57) .

ويرتبط هذا الاتصال او التواصل الايحائى او الرمزى الذى يخلقه استخدام الالوان بنقطة اخرى هى : تفضيلات القراء على اختلاف مستوياتهم للالوان وذلك ان الطبقات العالية الثقافة (على سبيل المثال) تفضل الألوان الهادئة ، اما الطبقات قليلة الحظ ثقافيا فتفضل الألوان البراقة او الصارخة (57 ، 69) .

فكل شخص وكل فئة تفضل الوانا معينه ولها تفضيلاتها الخاصة :

فالاطفال Infants يفضلون الازرق ثم الاحمر والاصفر والاخضر والابيض .

والصبية Children :يفضلون الاحمر يليه الازرق والابيض والاخضر والبنى.

اما الراشدون Adults فيفضلون الازرق فالاحمر والاخضر والبنفسجي والبرتقالي.

وطلاب الكليات الجامعية College Students : يفضلون الازرق ويليه الاحمر والأخضر والأصفر والبرتقالي (57).

لذلك ينبغي ضرورة مراعاة تناسب اللون المستعمل مع مضمون الرسالة الاعلامية (موضوع صحفي) أو الاعلانية الموجهة ، وكذلك مع المرسل اليه ، والجمهور القارىء أو المشاهد حتى لا تأتي الصورة الملونة المستعملة مثلا أو اللون المضاف الى الصفحة بتأثير عكسي يفسد الهدف الأساسي من الرسالة .

٣ – اللون يطور ارتباطات باشياء معينة Colour develops associations

نتيجة للتأثير السيكولوجي للون يصبح من الطبيعي أن يربط بعض الناس الوانا معينة بمنتجات أو سلع أو خدمات او شخصيات أو علامات تجارية ، وهناك بعض الارتباطات غير الواضحة التي قد تعطي تأثيرا غير ايجابي مما يستدعي بحثها قبل اختيار اللون ، والحكم الشخصي في هذه الحالة لا ينبغي ان يوثق به ، فاعلان عن نوع معين مثلا من السجائر قد يفضل له اللون الاخضر مثلا ، واللون القرنفلي قد يفضل عن الازرق في اعلان عن أدوات التجميل (بودرة للوجه مثلا) ، والخطأ قد يقع بسبب عدم وجود قاعدة ملموسة للاختيار (57 , 69) .

٤ – اللون يخلق حالة من التذكر Colour creates retention

يميل العديد من الناس في وصفهم لشيء ما الى الاشارة الى لونه ، وهذا بسبب أن اللون له قيمة تذكارية عالية ، لذلك ينبغي السيطرة على اللون واختياره مسبقا لأنه يساعد القارىء على تذكر ما شاهده (حسب تأثيره السيكولوجي) ، – والمعلنون بالطبع – وكما سيرد في الباب الخاص بالاعلان – يهتمون عمليا باسترجاع القارىء وتذكره لالوان معينة وارتباط ذلك بمنتجات معينة لخلق نوع من التعرف Identification على منتجاتهم والتمييز لخصائصها .

فارتباط اللون بافكار أو باشياء معينة يؤدي الى نوع من التأثير على الذاكرة ذلك أن واقعية اللون وحيويته وتأثيره النفسي يساعد في عملية التذكر والاسترجاع والاستدعاء ، وقد تأكدت قيمة اللون كوسيلة للتذكر منذ بدء استخدامه في الاعلان (٣٠ ، 57) .

٥ – اللون يخلق جوا مواتيا
Colour creates an aesthetically pleasing atmosphere

قد يقوم اللون بعملية جذب الانتباه للمشاهد أو القارىء ، ولكن ما لم يتم هذا الجذب ويتطور الى اهتمام من القارىء فلن ينفق هذا القارىء وقتا ن استيعاب الرسالة .

فاساءة استعمال اللون أسوا من وجهة نظر القائم بالاتصال من عدم استعمال أي لون على الاطلاق ، فالاختيار السيء والاستعمال غير الجيد للون يمكن ان ينقلب على القارىء مباشرة بعد أن يستثار انتباهه (57 , 73) .

وينبغى ان يراعى المصور ـ عند اعداده والتقاطه للصور الملونة ـ وكذلك سكرتير التحرير (المخرج الصحفى) ، والطابع خاصة أثناء عملية فصل الالوان وتصحيحها ان يرتب وينظم عملية استعماله للألوان فى النص المطبوع او الصور بشكل يتفق مع القواعد الأساسية العامة للتصميم وهى : التوازن والتباين والتناسب والايقاع والانسجام (التناغم) والحركة .

التوازن : ويتحقق التوازن بالوضع المحكم للعناصر ، الألوان اللامعة تظهر اخف وزنا والالوان الداكنة اثقل وعندما نستعمل اللون الاسود ليؤدى وظيفة لونين ، ينبغى أن يعطى اللون وزنا ضوئيا نسبيا حتى لا يجذب انتباها غير مطلوب ان يتم جذبه ، والاجسام المعتمة الملونة ينبغى ان يكون استعمالها لتؤدى وظيفة الابراز .

التباين : وتحقيق التباين ضرورى لكى يكرن واضحا ، ويكون فى الدرجات اللونية افضل منه فى الالوان نفسها ، ولهذا السبب فانه حين يستخدم اللون كخلفية فينبغى ان يعطى اهتماما بمعالجته حتى لا يجذب الانتباه من عناصر اخرى فى المقدمة مثلا ، واذا كانت العناصر الموجودة فى التصميم قاتمة ، فان الخلفية يجب أن تكون فاتحة والعكس صحيح .

التناسب : ويشير الى العلاقة بين الالوان ، والترتيب المتناسب الذى يدعو الى التوازن السار : تكون فيه الألوان القاتمة مع الفاتحة ، الالوان المعتمة او الضعيفة مع اللامعة أو المشرقة .

الايقاع : والاستعمال الايقاعى للون يتحقق من خلال التكرار اللونى فى نقاط متنوعة من القطعة المطبوعة ، فيمكن استخدام نقاط من اللون الثانوى بشكل مؤثر بهذه الطريقة لترشيد عين القارىء خلال الرسالة الملونة وتكرار لون معين يؤدى الى اختفاء الحركة والحيوية .

الوحدة : اللون ـ وايضا الشكل يستطيع ان يساهم فى وحدة المادة المطبوعة والوضع السىء للعناصر يمكنه أن يمنع حدوث التأثير او التفاعل الكلى للقارىء او المشاهد مع الرسالة ، ويتسبب فى تفتيتها .

الانسجام (التناغم) : وينتج الانسجام من استعمال العناصر المختلفة للتصميم فى توظيف اللون : كالتوازن والتباين والنسبة وتمزج الالوان بطريقة مريحة للعين ودون سيطرة لون معين على بعض الالوان فى التصميم (٣٠ ، 69) .

تفضيلات لونية

وقد كشفت الاختبارات النفسية عن بعض التفضيلات الشخصية للون :

اللون الازرق مثلا لديه شعبية هائلة بسبب كونه اللون المفضل للرجال ويليه اللون الاحمر بسبب تفضيل النساء له .

واظهرت الاختبارات النفسية ايضا ان النساء اكثر وعيا للون من الرجال ويملن الى تفضيل الدرجات اللونية والألوان الأخف .

وتختلف تفضيلات لون معين عن آخر تبعا للسن ، التعليم والموقع الجغرافى او طبيعة المنطقة :

ويفضل الصغار الألوان اللامعة ، والأشخاص الاكبر يفضلون الالوان

الناعمة ــ وكذلك المستويات الأعلى تعليميــ ، ويكون لهــذه الاختيــارات او التفضيلات اللونية قيمتها اذا كان من يصمم هذا الاختيار النفسى يعلم شيئا عن الجماعة التى سيوجه اليها رسالته وقام بدراستها وعلم تفضيلاتها اللونية .

المصور .. والصور الملونة :

بالنسبة للمصور الصحفى او اى مصور فوتوغرافى اى شىء يصوره بالاسود والابيض يمكنه ان يصوره بالالوان ، ولكن السر الحقيقى للتصوير الملون ــ اذا كانت كلمة سر هنا صحيحة ــ يمكن فى اختيار الموضوع المصور تصويرا ملونا .

ويصنف البعض الصور الفوتوغرافية الملونة الى عدة انواع أبرزها :

ــ الصور الجمالية او المناظر الطبيعية وصور الحيوانات .

ــ اللقطات المثيرة التى تتضمن وقائع فى داخلها تفصيلات لونية جيدة مثــل سباق للسيارات او مباراة لكرة القدم ، او احتفال بمهرجان معين مثــل عيد وفاء النيل .

ــ صور المناسبات العظيمة التى لا تتــكرر مثــل : تنصيب زعيم جــديد أو « البابا مثلا » والاستقبالات الرسمية ، او الأعياد القومية ..

والصور الملونة فى الصحافة بشكل عام تتسم بانها غير اخبارية اى لا ترتبط بتوقيت معين وتصاحب التحقيقات او الموضوعات، وتصلح لكى تصاحب الموضوعات العامة التى تنشر فى اى وقت ، فاى حدث ضخم عن تنصيب ملك او ذكرى سنوية او عيد قومى لبلد ما ، او افتتاح خزان مياه جديد ، او طريق للسيارات ، قد يكون له اهمية تاريخية يوما ما ، ولكن المصور الفوتوغرافى ــ خاصة المصور الحر الذى يعمل بالقطعة ــ قد يصوره اليوم ويحصل على بعض الصور وهى هنا ــ الشفافات الملونة ــ ويضعها فى ارشيفه الخاص ــ لاستعمال مستقبلى : فهى ترتبط بأعيــاد سنوية ، او ذكريات سنوية لحدث ما ، او تاريخ خاص بمنطقة او شخص أو سيرة لشخصية مشهورة .. فنان .. مهندس .. او فيلسوف عظيم .

لذلك فعلى المصور الفوتوغرافى الحر ان يكون على وعى باهمية التصوير الملون ويعتبر كل تكليف ــ لأى موضوع صحفى ــ بمثابة موضوع يمكن تصويره بالألوان لأن الجرائد القومية ومعظم الوكالات على استعداد لالتقاط الصورة الملونة لكى تخزن فى الأرشيف فى كل المناسبات الهامة لأنها ستفيد يوما ما .

والمصور الصحفى الذى يعمل مثلا فى جريدة يومية عامة ينبغى أن يكون نهــازا للفرص وأن يحرص على ان يكون معه أفلام ملونة لمواجهــة الأحداث ، فربمــا تسنح فرصة أمامه يدركها بحسه الصحفى ويلتقط فيها صــورا نادرة تصلح كصــور غلاف Cover pictures لواحدة من الجرائد المتخصصة او لمجلة ملونة ، أو للتخــزين فى ارشيف الجريدة مثلا ويختلف استخدام الصــور الملونة تبعا لنوع الجــريدة أو المجلة ، وحجمها ، ومضمونها وجمهورها وكذلك ميزانيتها .

فالجرائد اليومية الجادة ذات الحجــم المعتــاد Standard قــد تخصص ــ اذا كانت تطبع بطريقة الطباعة الملساء الأوفست ــ جزءا منها للصور الملونة أو

[illegible] ملونة [illegible]

[illegible] الصور [illegible]

[illegible] المجلة

[illegible] بالإضافة [illegible]

[illegible] وتسبب مشاكل [illegible]

[illegible] الصفحة [illegible]

الحر — الذي يسلى بالقطعة [illegible]

في [illegible] وكذلك [illegible]

الشفافة الملونة [illegible] transparencies [illegible] واللوحات فقط [illegible]

فهناك أيضا عالم [illegible] للكتب [illegible]

الفصل الخامس

تحرير الصورة الصحفية

عندما يلتقط القارىء نسخة من جريدة او مجلة ، ويبدأ في قراءة احدى الصفحات وتلفت نظره صورة فيها، فانه يركز اولا على النقطة البصرية focal point للصورة ، ثم يدقق في الاجزاء الأخرى ، ثم يعود غالبية القراء بعد ذلك - وهذا إفتراض مؤكد - الى الكلام او التعليق المصاحب والشارح للصورة الذى يجيب على الأسئلة : من ؟ ماذا ؟ اين ؟ متى ؟ لماذا ؟ وكيف ؟ اذا لم يكن احد من هذه الأسئلة غير المجابة عليها نفسها مجابا عليه في الصورة نفسها (55 ، ٢٦)

واذا كان المحرر الصحفي الذى يقوم باعادة صياغة موضوع ما (Rewriter) او الـ (Copy editor) يستطيع جعل هذا الموضوع اكثر جذبا لانتباه قرائه عن طريق استعمال العنوان الجذاب ، والمقدمة المثيرة والمتن المتسلسل فان المحرر - وهو هنا محرر الصور Picture editor يستطيع أن يساعد زيادة درجة تقبل القارىء للصورة وفي استيعاب شكلها وفهم مضمونها عن طريق الكلام القارىء أو التعليق المصاحب لها الذى يستطيع أن يفسر ويشرح ويتوسع فيما تريد أن تنقله الصورة الى القارىء وقد يشير الى الشيء الواضح ذى المغزى 46)

وكتابة الكلام او التعليق او الشرح المصاحب للصورة هي ما يطلق عليها عملية « تحرير الصورة الصحفية » او الـ « Picture editing » ويعبر عنه في الصحافة الاوربية والامريكية باكثر من مصطلح يؤدى نفس المعنى

- الـ Cutlines وهو المادة الشارحة للصورة والموجودة تحتها .

- الـ Capt ion وهو العنوان الشارح او المفسر الذى يوجد فوق الصورة ولكن كثيرا من المحررين الصحفيين يستعملون هذا المصطلح للاشارة الى السطور تحت الصورة

- الـ legend قد تشير الى متن الصورة او عنوانها الموجود تحتها .

وهناك أيضا الـ leader : والـ Underlines ، والـ Overlines
(46 ، 62)

وهكذا يحتاج القراء الى كلام الصورة ليعرفوا من فى الصورة ؟ وعن أى شيء تدور ؟ فعلى الرغم من ان الجريدة او المجلة ـ بطبيعة الحال ـ تنشر صورا عديدة لرجال سياسة ورجال فن وشخصيات من المجتمع يمكن تمييزهم بسهولة بواسطة القراء ؛ نجد أن هنـاك قاعدة صحفية هامة تقول : لا تدع صورة فى الصحيفة بدون كلام أو تعريف حتى لو لم يتعد مجرد سطر واحد يحمل أسم صاحب هذه الصورة (48) .

ولا ينبغى ان يفترض المحرر ـ لانه لا يستطيع التأكد من ذلك ـ أن معظم قرائه يعرفون او يميزون وجها معينا لشخص ، أو صورة عامة لمكان ، ففى هذه الايام التى يطالع فيها القراء صورا ووجوها كثيرة كل يوم بل كل ساعة بل كل دقيقة على شاشات التليفزيون ، والسينما ، والملصقات ، واعلانات الطرق ، وعلى صفحات الجرائد والمجلات ، يستطيع المحرر ان يقول ان قراءه يستطيعون تمييز

اربعة انواع رئيسية : وهنـاك اربعة انواع واشـكال رئيسية للكلام او التعليق المصاحب للصورة هى :

١ ـ كلام أو تعليق يصف صورة هى جزء من قصة اخبارية تجرى أحداثها داخل الصورة ، وهنا ينبغى ان يكون مختصرا .. سطر واحد يكفى للتعريف وربما يكون هناك بعض من الكلام مقتبسا .

٢ ـ كلام يصف صورة تنشر فى صفحة ، وتنشر قصتها الاخبارية او موضوعها الصحفى فى مكان آخر من الجريدة أو المجلة وهنا ينبغى أن يكون مفصلا موسعا ، وان يشار بشكل تذكيرى الى القصة الخبرية او الموضوع والصور الاخرى اذا كانت موجودة .

٣ ـ كلام يصف صورة لا ينشر معها موضوع ، اى يكون هو التعليق الوحيد المصاحب لها ، لذلك ينبغى أن يكون شاملا كاملا يضم كل الحقائق التى تعبر عنها الصورة .

٤ ـ كلام يصاحب صورة تصف قصة اخبارية وليس هناك حقائق كافية بداخلها تجعلها تقف بمفردها ـ بدون صورة ـ وتصلح للنشر ، لذلك ينبغى التوسع والتفصيل فى كلام الصورة بحيث يكون وافيا وقد يضم اقتباسات من الاحاديث التى دارت بحيث يعرف القارىء بكل ابعاد الصورة (68) .

من يكتب كلام الصورة ؟

لا توجد قواعد ثابتة لذلك ، بل هناك تنوع من جريدة الى اخرى ومن مجلة الى زميلتها :

- قد يكون كاتب كلام الصورة هو المصور الذى التقطها .
- وقد يكون المندوب او المحرر الصحفى الذى كتب القصة الخبرية او الموضوع.
- وقد يكون أحد المحررين الموجودين وقتها بصالة التحرير .
- وقد يكون سكرتير التحرير التنفيذى (الفنى) او (محرر الاخراج) .
- وقد يكون سكرتير التحرير المركزى (المراجع) الذى يقرأ الموضوعات ويضع لها العناوين وقد يعيد صياغة بعضها ، وهو غالبا ما يضيف او يحذف او يضغط ما يعتقد انه هام بالنسبة لموضوع الصورة .

وفى بعض الصحف تترك هذه المهمة ــ تحرير الصورة Picture editing لمحرر الصوره Picture editor الذى يتضمن عمله اختيار الصورة وتحديد الهام فيها وكتابة تعليقها او الكلام المصاحب لها ، وينبغى أن يكون على دراية واسعة بفن التصوير الصحفى الى جانب الخبرة التحريرية .

تحرير الصورة فن وأسلوب :

كتابة كلام الصورة أو تعليقها او تحرير الصورة الصحفية ، وما يشتمل عليه من زوايا عملية بالغة الاهميه ، اذ لا قيمه للصوره ما لم يكن كلامها كافيا ومعبرا عن مضمونها .

ويقول اللورد نورثكليف : أحد مؤسسى الصحافة الانجليزية الحديثة « ربما كان التحرير المصاحب للصورة من اشق الاعمال الفنية فى الصحيفة » ، **ويتفق الدكتور عبد اللطيف حمزة** مع اللورد نورثكليف فى هذا الراى ويضيف عليه قوله « ان التعليق لا يقف فى الصورة عند وصف ما فيها من الاشخاص ، أو المعالم ، او المناسبات ولكن يجب أن يضيف المحرر الى هذا الوصف شيئا آخر ، فيضيف الى اسم صاحب الصورة مثلا انه عالم من العلماء المعدودين فى نوع محدد من العلوم ، او انه لاعب كرة ممتاز معروف بمهارته فى الاوساط الرياضية ونحو ذلك والكلام او التعليق المصاحب للصورة سواء اكان Caption تحت الصورة، او Cutlines فوقها فينبغى أن يلفت نظر القارىء الى مركز الاهمية فى الصورة بطريقة لا شعورية بحيث يشعر القارىء انه انما ينظر من تلقاء نفسه الى النقط الهامة فى الصورة التى يطالعها (٣٥) .

وهناك اجماع على ضرورة أن يتسم كلام الصورة : بالتركيز والدخول فى الموضوع مباشرة to the point ويتجنب العودة الى البداية الموجودة فى الموقف الخلفى .

ولكن هذا التركيز لا ينبغى أن يصل الى درجة الاخلال الذى يترك القارىء فى بعض الاحيان متعجبا من الموقف الوارد فى الصورة ولا يفهمه . !

والاختصار شيء اساسي في كتابة كلام الصورة الا انه لا ينبغي أن يكتب في عبارات تلغرافية ، وقد يستدعي الموقف حذف بعض الكلمات الهامة التي لا تخل بالمعنى لكي تمضي القراءة هادئة .

وكلام الصورة يصف ويشرح ولكنه لا يعيد معلومات واضحة في الصورة ولا يكرر كلاما ورد ذكره في الموضوع المصاحب للصورة . فعندما تصاحب صورة قصة خبرية نجد ان وظيفة كلام الصورة هنا هو ان لا يعيد الحقائق الطويلة الموجودة في الموضوع ولكن ينبغي أن يضيف اليها ، وهناك قاعدة صحفية تقول : « اذا كان الخبر او الموضوع يمكن ان يحكى في الكلام او التعليق المصاحب للصورة فينبغي ان يكتفى به ويلغى الموضوع الاصلي » .

وينبغي ان يتسم اسلوب تحرير الصورة بتوافر عوامل الجذب والتشويق وحسن اختيار اللفظ المناسب ، المشتمل على أكبر قدر ممكن من التعبير ، وكثيرا ما يوفق محرر الصورة الى أن يكتب تحتها حكمة من الحكم ، أو مثلا من الامثال السائرة أو عبارة من العبارات الكثيرة الواردة على لسان صاحب الصورة المنشورة او جملة من الجمل التي تعتبر من سمات شخصيته (46) .

ولا يتسنى لمحرر كلام الصورة ذلك الا اذا كان على حظ من الثقافة والاطلاع في المجالات المختلفة : في السياسة وفي الأدب وفي التاريخ وفي الاجتماع و.... و..... ، والوقوف التام على التيارات الموجودة في مجتمعه وعاداته وتقاليده وقيمه (٣٥) .

تعريف الأشخاص في الصورة :

تدور معظم الصور حول احداث او وقائع او اماكن البطل فيها شخص واحد او عدة اشخاص تحتويهم الصورة ، هذا عدا الصور التي تلتقط للاشخاص اساسا ، لذلك اتفق علماء ودارسو الصحافة على عدة طرق وأساليب - ليست جامدة بل تتسم بالمرونة ، لتعريف القارىء بالاشخاص الموجودين في الصورة بشكل واضح ومفهوم ومركز ومقروء ويتحدد ذلك بعدد الاشخاص الموجودين في الصورة وموقعهم :

اذا كانت الصورة تضم شخصا واحدا : يصاحبها هنا ابسط انواع كلام الصورة، سطور تبين اسم هذا الشخص وعمله، وهي كافية اذا كان هناك موضوع يصاحب الصورة ، وسوف تكون هناك حاجة الى تفسير وتوضيح اذا كان الشخص الموجود في الصورة يؤدي شيئا لايبدو واضحا بالنسبة للقارىء العادي .

اذا كانت الصورة تضم شخصين : اذا كان الشخصان من جنسين مختلفين فينبغي ذكر اسميهما بشكل واضح لنقول للقارىء من هو ؟ ومن هي ؟ وعندما يكون هناك رجلان أو فتاتان ، أو من جنس واحد ينبغي أن يعرف احدهما بانه في اليسار ، والقراء سوف يعلمون ان الشخص الآخر في اليمين ، وهذا يلغى كلمة غير ضرورية (اليمين) .

اذا كانت الصورة تضم ثلاثة أشخاص : وعندما يكون هناك ثلاثة أشخاص ،

حـدد احدهم انه في اليمين والآخر في الوسـط ، واترك للقارىء ان يفهم أن الشخص الثالث في اليسار ».

اذا كانت الصورة تضم أكثر من شخص وأكثر من صف : اذا كان هناك اكثر من شخص يكونون تقريبا صـفا واحدا عرفهم من اليسار الى اليمين ــ حسب اتجاه عقارب الساعة ــ واذكر اسماءهم (هذا في الصحف الاجنبية حيث تقرأ من اليسار الى اليمين والعكس صحيح في الصحف العربية) ».

وعندما يكون هناك أكثر من صـف تستعمل طريقة ــ من اليسار وحسب اتجاه حركة عقارب الساعة ولكن قد يبدأ بكلمة بالامام او الوسط أو الخلفية وعادة ما يبدأ بالصف الامامي لأنه الذي يقع عليه بصر القارىء أولا ».

واذا كان الاشخاص في شكل دائري : تكون كتابة كلام الصورة من اليسـار وحسب اتجاه حركة عقارب الساعة ، لاعطاء الجدة والتركيز لأننا نختار مساحة تسقط عين القارىء منطقيا عليها .

اذا كانت هناك مجموعة صور : كيف تكتب كلاما لأكثر من صـورة بجانب بعضها البعض ؟ هنـاك اختلاف حـول ذلك : البعض يقول يكتب كلام أو تعليق يصلح لأكثر من صور ويمتد بعرض هذه الصور وهـذا قد يصبح أكثر افادة لأنه يربط الصور المشتركة معا (48) .

ارشادات وملاحظات عامة في تحرير الصورة :

ويحـــدد كل من **فلويد . ك . باسـكت . ز . سيمسـورز** في كتابهمـا : The art of editing بعض المبادىء العامة في تحرير الصورة الصحفية ويوجها الانتباه الى بعض الارشادات والملاحظات التي ينبغي على المحرر الصحفي او الشخص الذي سيقوم بكتابة التعليق أو الكلام المصاحب للصورة أن يراعيها خلال عمله وأهمها :

١ ــ عدم ذكر الشيء الواضح، فاذا كانت هناك فتاة جذابة او جميلة في الصورة، فالحقيقة سوف تكون واضحة ، وقد تقول الصورة هذا الرجل يضحك ، هنا يصبح من الضروري أن يبرر كلام الصورة هذا الضحك ».

٢ ــ لا داعي للتخمين أو التحوير أو الاستنتاج ، فالمحرر الصحفي قد لا يعرف عما اذا كان أحدهم الذي يبدو في الصورة سعيدا .. مكتئبا .. أو مضطربا (ما لم يكن ذلك واضحا) وذكره لذلك قد يصيب قراءه بالعجب والدهشة ».

٣ ــ الأشياء « المحددة » افضل من «العموميات» ، فكتاب وزنه « ١٠ ارطال » أفضل من « كتاب ضخم » ، « رجل في السبعين » أفضل من «رجل عجوز» .

٤ ــ استعمال من « اليسار » أفضل من « اليسار الى اليمين » فهي تؤدي نفس المعنى ولكنها مختصرة . فلا من اليسار ولا من اليمين ينبغي الافراط في استعمالهما ، واذا كان هناك ولد واحـد من ولدين في صـورة يرتدي زيا أبيض والآخر اسود فينبغي استعمال ذلك لتمييزه .

٥ ـ لان القراء يعلمون ان كلام او تعليق الصورة يشير اليها ، فلا داعي لعبارات مثل « مصورة او ظاهرة » او « الصورة المرفقة تبين » .

٦ ـ من اسوا الأشياء التي يمكن ان تقال عن شخص في صورة ، القول انه ينظر ، فاذا كان ذلك هو كل ما يفعله فذلك غير ضروري .

٧ ـ لا ينبغي ان تخدع القراء فسوف يعرفون ما اذا كانت الصورة المنشورة حديثة ام لا ؟ لذلك من الضروري تحديد تاريخ التقاط الصورة ، واين التقطت ؟ ولكن لا داعي لتحديد كيف التقطت ؟ فغالبية القراء لا يهمهم معرفة الصعاب التي اضطر المصور ان يخترقها ليحصل على الصورة .

٨ ـ الزمن المضارع يعزز حالية الصور ، والزمن الماضي يستعمل اذا ذكر في الجمله التاريخ ، واعطيت حقائق اضافية غير موصوفة في الحركة في الصورة ، وقد يستعمل كلا الزمنين المضارع والماضي ، ولكن عنصر الزمن الماضي لا ينبغي ان يستعمل في نفس الجمله مع زمن الفعل المضارع الذي يصف الحركة .

٩ ـ ينبغي التاكد من دقة كلام الصورة ، خاصة اذا كان المصور وكاتب كلام الصورة من خارج الجريدة ، ومن الافضل مراجعة الاسماء مرتين ، وقد تحدث اخطاء في كلام الصور بسبب فشل المصور او المحرر او المندوب الصحفي الذي التقط الصورة لتصاحب موضوعه في ان يكتب الكلام بشكل دقيق ، او ان يعطى محرر الصورة المعلومات الكافية او الدقيقة التي من خلالها يكتب كلام الصورة .

١٠ ـ كتابة كلام الصورة يتطلب عناية ومهارة كبيرة مثل كتابة القصة الخبرية او عنوان موضوع . فالقارىء ليس مضطرا الى ان يفك الغازا ، وفي نفس الوقت لا ينبغي الهجوم على القارىء بكلمات واضحة في الصورة .

١١ ـ السطر الاخير ينبغي أن يكون كاملا او بالتقريب ، وعلى محرر كلام الصورة ان يعرف جيدا حجم الحروف والأنماط التي تستعمل في صحيفته حتى يحدد ذلك اثناء كتابته .

١٢ ـ السخرية الشديدة والتهكم ليس لهما مكان في الكلام او التعليق المصاحب للصورة .

١٣ ـ الكلام او التعليق المصاحب للصورة ينبغي أن يصف الحادث كما هو ظاهر في الصورة وليس الحادث في حد ذاته فلسوف يصاب القراء بالحيرة اذا وصف كلام الصورة حركة لا يشاهدونها فعليا في الصورة . ولكن في بعض الحالات قد يكون الشرح لما هو غير ظاهر مقنعا ففي حالة الصورة التي توضح لاعب كرة قدم يقفز عاليا ليحصل على كرة نجد ان القراء يريدون معرفة اسم اللاعب الذي القى اليه بالكرة .

١٤ ـ بسبب مرور وقت بين التقاط الصورة وبين مشاهدة القارىء لها ، ينبغي توجيه الاهتمام الى « تحديث » المعلومات الموجودة في تعليق او كلام الصورة .

فمثلا عندما تلتقط صــورة لثلاث جثث اكتشفت فى حطام طائرة ، وحدثت تطورات بعد التقاط الصورة ، واكتشفت جثتان جديدتان — قبل نشر الصورة — ينبغى ان يتضمن كلام الصورة الجديد فى الحدث .

١٥ — عناوين الاشخاص هامة فى الصـور المنشـورة فى الصحف المحليـة وقد لا ينطبق هذا فى مصر لقلة عدد الصحف المحلية فى الاحياء او المدن او القرى بل وانعدامها تقريبـا وقد تكون مساعدة فى حل مشكلة واذا ظهر اطفال صغار فينبغى تمييزهم بذكر اسـمائهم ، اعمارهم ، اسماء الآباء ، العناوين .

١٦ — اذا كانت الجريدة او المجلة قد انفردت بهذه الصور المنشورة ، فينبغى ذكر اسم المصـور Credit-line فى الـكلام أو التعليق المصـاحب للصورة ، مع وصف موجز — محتمل — لكيفية حصول هذا المصور على الصور (على سبيل المثال فى حرب اكتوبر طار مكرم جاد الكريم المصور بأخبار اليوم مع المحرر العسكرى صـلاح قبضايا الى عدن والتقط اول صور مضيق باب المندب بعد اغلاقه) ، وفى صفحات الصور التى تحتوى على مادة المتن ينبغى ان يوضع اسم المصور بشكل بارز مثل اسم الكاتب .

١٧ — على الرغم من أن الصور عادة ما يصاحبها كلام او تعليق فان صور بعض المناسبات الخاصـة او الاحتفالات فى بعض الاحيان تظهر بدون كلام او تعليق اذا كانت المعانى واضحة من الصور نفسها . فليس كل من ينظر الى الصور سوف ينظر ايضا الى الكلام أو التعليق المصاحب للصورة ، فكثير من القراء يشبعون غريزة حب الاستطلاع عندهم بالنظر الى الصور فقط .

١٨ — عند كتابة سلسلة من كلام أو تعليق لسلسلة من اللقطات المتصلة ، ينبغى استعمال تعليق واحد لكل صورة ، متبوع بترقيم (١) — ، (٢) — ، (٣) — و . . . و . . .

١٩ — العنوان الموجود فوق كلام الصورة او تعليقها ينبغى ان يقود القارىء الى الحدث المبين فى الصورة وتساعده ليفهم معنى الصـورة وقد اشـارت بعض الدراسات الى ان القراء يحصلون على تفسيرات اقل خطأ من موضوع الصورة عندما يتوى على فهم الصورة عنوان مناسب بشكل جيد (48) .

الأخطاء .. فى كلام الصورة :

ويحدد الاسـتاذ **جلال الحمامصى** فى كتابه « **الصحيفة المثالية** » الأخطـاء التى تنشأ فى عملية تحرير الصورة او كتابة كلامها ويرجعها الى الحالات الآتية :

١ — قيام كاتب هذا الكلام باعداده بدون القاء نظرة على اصـل الصورة والحـل هو ان تكون هناك صورة احتياطية يحتفظ بها المحرر وان كان من الافضل ان يكتب الكلام قبل ارسال الصورة الى ورشة الحفر .

٢ — عدم مراجعة الكليشيه — الصورة محفورة على لوح من الزنك — على كلام الصورة اعتمادا على الذاكرة . والحل : هو الا تعتمد عليها ابدا .

٣ ـ فشل المصور او المندوب الصحفي في الحصول على كافة المعلومات اللازمة بعد التقاط الصورة مباشرة .

٤ ـ وضع كلام صورة تحت صورة اخرى . والحل : الا يثق المحرر ثقة كاملة بعامل توضيب الصفحة بل ان الدقة تتطلب المراجعة الدقيقة من جانب المحرر .

٥ ـ ان يكون كلام الصورة طويلا ومزدحما بعدة افكار **والحل** : جعل كل كلمة حاوية لفكرة واحدة .

٦ ـ ازدحام الصورة بالاشخاص قد يسبب تعثر وازدحام فى كلامها لن يتحمله القارى لأنه سيبذل مجهودا فى تتبع وفهم شخصيات الصورة .

٧ ـ ان يكون كلام الصورة منافيا لبعض الوقائع الواردة فى القصة الاخبارية المتصلة بالصورة وينشأ هذا النوع من الاخطاء بسبب ان كاتب كلام الصورة يضيف اليه وقائع غير لازمة **والحل** : أن يكون محرر كلام الصور هو محرر الموضوع نفسه ، واذا لم يتوفر فعلى محرر الكلام أن يقرأ الموضوع جيدا (١٨) .

كيف يكتب اسم المصور ؟

فى الصحف (جرائد كانت او مجلات) يكتب اسم المندوب او المحرر الصحفى او الجهة التى اعدت هذا الموضوع ـ وكالة انباء مثلا ـ وهو ما يسمى بالـ By-line أو اسم كاتب الموضوع وقد يوضع أول الموضوع أو وسطه او آخره .

ويحدث ذلك ايضا بالنسبة للمصور الصحفى ، سواء اكان المصور الخاص بالجريدة ، او المجلة او المصور الحر ، او الوكالة الخاصة بالصور أو المجلة او المطبوع المنقول عنه الصورة حيث يكتب اسم مصور الصورة وهو ما يعرف بال Credit Line

ـ قد يوضع بمفرده وقد يكون داخل اطار (Box)

ـ مع محرر الموضوع ويقال مثلا : (تحقيق : .... وتصوير : ....)

ـ قد يقال (عدسة . . . . .) .

ـ قد يوضع تحت الصورة ، او وسط الموضوع ، او فى نهايته ، او بدايته .

ـ اذا لم يكتب اسم المصور تحت الصورة ، فتنسب لطاقم التصوير بالجريدة .

ـ اذا كانت عن طريق وكالة انباء او وكالة للصور والرسوم ينسب اليها ، وكذلك اذا كان المصور من خارج الجريدة .

وعادة ما يكتب اسم المصور Credit-line بشكل منفصل عن كلام الصورة ومن حروف مختلفة الحجم واللون .

شكل .. كلام الصورة :

يكتب كلام الصورة ويوضع داخل الصفحة بجانب الصورة . او فوقها ، او اسفلها واحيانا قد يكون هذا الكلام عنوان قصير يعلوها مباشرة ، او يوضع فوق الصورة نفسها .

ويجمع هذا الكلام عادة من نوع حروف المتن المجاورة له ، مع استخدام حرف (بنط) اكبر قليلا لخلق نوع من التنويع والجذب .

اما عنوانه فيجمع من حروف اثقل واكبر .

واحيانا يستغنى عن هذا العنوان ويستعاض عنه بجمع الكلمات الاولى من كلام الصورة من حروف تتميز عن سائر الكلام بثقلها او كبر حجمها وبعض الصحف تتفنن فى عرض كلام الصورة فتجمعه فى الفراغ المتخلف من قطع جزء غير هام منها وبذلك يضم الصورة وكلامها حيز واحد .

وبالنسبة لطريقة اخراج وتوضيب (شكل كلام الصورة) ينصح الدكتور احمد حسين الصاوى ـ بألا تستخدم فى جمعه حروف تكون من الثقل أو كبر الحجم بحيث يطغى الكلام على الصورة نفسها ويحول اهتمام القارىء عنها ، وعندما يكون اتساع الصورة بين عمود وثلاثة أعمدة ، فان كلامها يمكن ان يمتد على طول هذا الاتساع ، اما اذا كانت الصورة باتساع اربعة اعمدة او اكثر فلا ينبغى ان تمتد سطور الكلام بطولها بل يجب تقسيمه الى اعمدة تفصل بينها فواصل طويلة أو مسافات بيضاء لأن الأسطر التى تمتد على اكثر من ثلاثة اعمدة تتعب العين وتصعب القراءة ؛ ويلاحظ كذلك أن يمتد كلام الصورة موازيا لعرضها تماما اى أضيق قليلا من اتساع العمود أو الاعمدة المخصصة للصورة (١ ، ١٦) .

الفصل السادس

اخـراج الصـورة الصـحفية

الاخراج (Mise en page, Make-up) : بشكل عام هو عملية تصميم وتنسيق وتوضيب صفحات الصحيفة (جريدة أو مجلة)المختلفة ، ويشمل ذلك اختيار الموضوعات وتحديد الشكل او الحيز الذى سوف تظهر فيه ، وحجم ونوع العناوين والمتن ، والصور والرسوم المناسبة ، وعلاقة هذه العناصر بعضها بالبعض،

وذلك لتحقيق هذه الاهداف :

١ ـ تمييز الصحيفة وتحديد شخصية لها تختلف عن الصحف الاخرى المنافسة لها .

٢ ـ جذب المشتري ـ القارىء ـ الي الصحيفة بشكلها الفنى المميز .

٣ ـ التأكيد على الاهمية النسبية لبعض الموضوعات والصور المنشورة .

٤ ـ تحقيق التنوع والمظهر الفنى الجيد ، وازالة الرتابة والملل منها (٤٨) .

اما اخراج الصورة فالمقصود به : هو تحديد الشكل الفنى الذى تظهر به الصورة فى الصحيفة ، من حيث موقعها فى الصحيفة ، ومكانها داخل صفحة معينة ، واسلوب العرض او طريقة التقديم : هل على ½ عمود أم على عمود أم أكثر ؟ هل هى مربعة أو مستطيلة ام بأركان دائرية ام مفرغة (ديكوبية) ؟ هل سوف تحذف اجزاء منها ام سوف تكبر أو تصغر هل سوف تضاف الى صور أخرى لتكون صورة جديدة ذات تأثير اقوى ؟ أم ستمزج برسوم ؟ او عنوان أو عدة عناوين ؟ واخراج الصورة الصحفية لا يقل اهمية عن اخراج العنوان أو متن الموضوع (النص) بل قد يحتاج الى مهارة وخبرة أكثر . . فان تكبير صورة جيدة (على سبيل المثال) قد يحقق لها الوصول الى قلب القارىء بسرعة والتأثير فى ذهنه ويظل يذكرها طويلا أكثر من مقال كبير ، كذلك فان تصغير حجم الصورة ليتناسب مع اخراج الصفحة له اهمية ايضا (١٦ ، ٢٨) .

وتختلف الصحف فى طريقة تناولها للصور باختلاف اسلوبها فى الاخراج وسياسة تحريرها وتفاوت امكانياتها الفنية والمادية وكفاءة جهازها التحريرى والاخراجى . فان الصحف المحافظة اخراجا وتحريرا تتميز عامة بقلة الصور وصغر حجمها ، ومن الصحف ـ خاصة الصحف الشعبية والصحف النصفية (التابلويد Tabloid) المتخصصة كالرياضة مثلا ـ ما تبالغ فى نشر الصور سواء من حيث الحجم او العدد (١٦) او طريقة العرض او الاخراج فى صفحات الجريدة المختلفة .

خطوات اخراج الصورة الصحفية :

عملية اخراج الصورة الصحفية عملية مستمرة تشمل اكثر من مرحلة متفاعلة مرتبطة معا : اختيار الصور الصالحة للنشر ، تحديد موقع الصورة التى تصاحب موضوعا معينا داخل الصفحة ، وكذلك تحديد الحجم والشكل الذى سوف تظهر به الصورة .

اولا : اختيار الصورة الصالحة للنشر :

وتبدأ عملية اخراج الصورة فى الصحيفة ، باختيار الصورة الصالحة من الناحية الفنية للنشر ، ويعتمد ذلك على النظر الى الصورة على انها وسيلة من وسائل الاعلام الداخلة فى نطاق الفن التطبيقى لا الفن الجميل ـ اى انها ليست وسيلة جمالية ـ فالقيم الجمالية المجردة التى قد تهم المصور الفنان وتجعل من الصورة بالمفهوم التشكيلى لها وطبقا لقواعد التكوين الفنى ـ لوحة فنية متكاملة قد تصبح بالنسبة للمصور الصحفى ـ والمخرج الصحفى بعد ذلك ـ تجميلا مبالغا فيه وتزيدا لا داعى لوجوده بل لابد من الاستغناء عنه حتى يتركز الاهتمام فى القيمة الصحفية للصورة دون غيرها .

والى جانب الشروط الصحفية التى ينبغى ان تتوافر فى الصورة كالحالية او الوقتية والجده ، او العنصر الانسانى ، او الصراع ، او عنصر الشهرة ، او الاهتمام الجماهيرى او المتابعة لحدث ما ، او كل هذه العناصر مجتمعة او بعضها ، هناك مجموعة من الشروط والمتطلبات الفنية التى ينبغى توافرها فى الصورة لكى تجد مكانها للنشر فى الصحيفة واهمها :

● الحيوية والوضوح فى الصورة ، خاصة فى التفاصيل الدقيقة فبدون ذلك لن تتم عمليات حفر الصورة وتوضيحها وطباعتها بعد ذلك بنجاح .

● أن يتميز سطحها باللمعان الذى يعكس اكبر قدر من الاشعة ، وبوجود تباين بين اضوائها وظلالها ، وليس المقصود بالتباين هو مجرد تجاوز المساحات البيضاء والمساحات السوداء ، وانما المقصود هو تدرج الظلال تدرجا دقيقا مع قدر من التفاوت بين البياض والسواد . وذلك لابراز ملامح الوجه وتفاصيل الاشياء المختلفة كالأبنية والملابس وغيرها ، ولكن التباين الشديد بين الأضواء والظلال لا يؤدى الى صورة واضحة ؛ والمخرج الصحفى يفضل عادة الصور ذات الدرجات المتوسطة على الصور السوداء الداكنة ، والصور الباهتة تعطى نتيجة سيئة عند الطبع لأنها تمر بعمليات نقل كثيرة كما ان الشبكة ـ وهى احد الأدوات المستعملة فى عمليات تحويل الصورة الفوتوغرافية الى كليشية وسنتعرض له خلال الفصل القادم ـ تقوم باضعاف سطحها .

● ان تكون الصورة بحجم أكبر من الحجم الذى ستنشر به فى الصحيفة حتى يتم تجنب ظهور العيوب التى قد تكون موجوده كالخدش مثلا (بعد عملية التصغير) (٥ ، ١١ ، ١٣) .

واختيار الصور الصالحة للنشر عملية مشتركة منسقة قد يشترك فيها جهازا التحرير والاخراج بالصحيفة من رئيس التحرير أو مدير التحرير أو رئيس القسم أو المحرر المسئول ، مع المصور بالتشاور مع سكرتير التحرير (المخرج الصحفى) ..

ثانيا : تحديد موقع الصورة فى الصفحة :

وهو المكان الذى تشغله الصورة أو الصور التى تم اختيارها للنشر فى الصفحة معينة ، ويتم الاتفاق على هذا الاختيار بين المحرر المسئول وسكرتير التحرير التنفيذى والفنى ، أو محرر الاخراج أو المخرج الصحفى وذلك لكى، لا يكون هناك تباعد بينها وبين موضوعها الصحفى ، أو أن يكون موضوعها أو مضمونها متنافرا مع طبيعة الصفحة كأن تنشر صورة خارجية بحته فى صفحة الاخبار المحلية أو العكس .

لذلك يبرز دور سكرتير التحرير التنفيذى (محرر الاخراج أو المخرج الصحفى) فى التنسيق والربط بين الصور والموضوعات والصفحات والأبواب الملائمة لها .

وهناك أكثر من شكل يمكن أن توضع فيه الصور بالنسبة لموقعها من الموضوع :

- يمكن وضع الصور فوق عنوان الموضوع .
- يمكن وضع الصور تحت عنوان الموضوع ولكن بشرط الا تفصل العنوان عن باقى الموضوع .
- يمكن وضع الصور تحت عنوان الموضوع ولكن بشرط الا تفصل العنوان عن باقى الموضوع .

يمكن وضع الصور أسفل الموضوع ولكن لايلجأ المخرج الصحفى الى ذلك الا اذا كان عدد الصور المرافقة للموضوع كبيرا ، بحيث يصعب وضعها كلها فوق العنوان أو تحته أو على جانب الموضوع ، ولايجوز وضع الصور بحيث تقطع الكلام (٥) .

ثالثا : تحديد حجم وشكل الصورة :

الصور الفوتوغرافية - كمادة صحفية مصورة - مثلها مثل أى مادة صحفية مكتوبة مثل القصص الاخبارية او المقالات فى الجرائد والمجلات بعضها قد يتميز بالاطناب والاسهاب والتطويل ، والبعض قد يكون مكتوبا بشكل مقتضب ، قد يكون زائدا وقد يكون مختصرا بشكل يخل بالمعنى ولا يوضحه ، لذلك ينبغى - مثلها فى ذلك ايضا مثل المادة الصحفية المكتوبة - أن يعاد تحريرها - صياغتها - لتقول فقط ما ينبغى عليها أن تقوله ، وتؤكد على معنى معين وتبرزه ابرازا مطلوبا ، ويجوز أن يحذف جزءا معينا زائدا أو يكبر جزءا آخر منها لتلائم المساحة (   ) وهكذا يمكننا ان نقول أن عملية اعادة الصياغة فى المادة المكتوبة تقابلها عملية تحديد حجم وشكل الصورة الفوتوغرافية فى المادة المصورة .

لذلك فنادرا ما يكون حجم الصورة المطبوعة مساويا للأصل فى الحجم : قد تكبر او تصغر ، وتحديد الحجم النهائى للصورة يتوقف على عدة عوامل اهمها : مضمون الصورة ودلالته ، فاذا كان المضمون قويا وله قيمته الاخبارية استوجب ذلك ان تكون الصورة كبيرة بل انها قد تصل الى نصف صفحة او صفحة كاملة ، عند تولية ملك او رئيس جمهورية جديد او مقتل زعيم عالمى الشهرة أو ثوب جديد او غير ذلك .

وقد تصغر الصورة ، ولكن هناك حد أدنى لصغر الصورة . فاذا كان عرض الوجه لصورة شخص يقل عن سنتيمتر وجب الاستغناء عنها لأنها لا تعطى نتائج طيبة ولا توضح معالم الوجه بأى حال . والقاعدة المتبعة عادة هى أن تكون الصورة كبيرة واضحة المعالم والتفاصيل ثم تصغر الى المساحة المطلوبة (69) .

واساس تحديد حجم وشكل الصورة الصحفية هو عملية ال Cropping والتى تعنى . « عملية تحرير أو حذف اجزاء من الصورة الفوتوغرافية لزيادة الاهتمام وتغيير النسب (67) » .

كما قد تعنى « عملية التقطيع الرمزى (الجمالى) للصورة الأصل لحذف الأجزاء الزائدة عندما تكون على لوح الزنك (الكليشيه) على آلة الطبع ( ) »

وتؤدى عملية الـ Cropping وظيفتين هامتين الأولى تتصل بالمضمون والثانية بالشكل :

الأولى : التى ترتبط بالمضمون ، هى حذف الأجزاء غير الهامة او التى تبعث على الاضطراب فى الصورة . على سبيل المثال لقطة لوجه شخص يمكن أن تشمل فى الأصل أكتاف الشخص ومساحة كبيرة خلفه و فراغا كبيرا يحيط بالرأس ، ولكن تأثير الصورة بعد طباعتها سيكون أفضل اذا كان هناك تركيز فقط على تكبير الوجه ، مع حذف أو الغاء او عزل الأشياء الزائدة غير الهامة مثل الاكتاف أو الخلفية .

والثانية : التى تتصل بالشكل تهدف الى التنويع فى نسب طباعة الصورة عن طريق القطع المميز فى بعض جوانب الصورة لتحقيق نوع من التنويع والتشكيل فى التكوين الفنى للصورة عن طريق التركيز على زوايا هامة (69)

كيف يتم تحديد حجم الصورة ؟

اولا الطريقة الحسابية :

الصورة الفوتوغرافية عبارة عن مستطيل له اربعة أركان ، فاذا كانت الصورة بعرض ١٠ سم وطولها ٨ سم ، ونريد ان تكون بعرض ٥ سم عند الطبع ، فكم يكون طولها عندئذ ( ) لان المستطيل عادة يتشكل بواسطة العلاقات بين جوانبه (أركانه) نجد ان الصورة التى عرضها ١٠ سم وطولها ٨ سم ، هى نفس الشكل بعد تصغير الصورة بالطبع لمستطيل عرضه ٥ سم وطوله ٤ سم . ويمكن التعبير عن ذلك بالمعادلة التالية :

$$\frac{\text{عرض الصورة الأصلية}}{\text{طول الصورة الأصلية}} = \frac{\text{عرض الصورة المطبوعة}}{\text{طول الصورة المطبوعة}}$$

باختصار اذا عرفنا طول وعرض الصورة الاصلية ٥٠ سم و ٢٠ سم مثلا ، واردنا معرفة طولها اذا كان العرض ١٠ سم فسيكون الوصول الى ذلك عن طريق .

$$\frac{٥٠}{٢٠} = \frac{١٠}{أ} = \frac{١٠ \times ٢٠}{٥٠} = ٤ \text{ سم} = \text{طول الصورة المطبوعة}$$

واذا كان طولها ٤ سم فسيكون الوصول الى العرض عن طريق :

$$\frac{٥٠}{٢٠} = \frac{أ}{٤} = \frac{٤ \times ٥٠}{٢٠} = ١٠ \text{ سم} = \text{عرض الصورة المطبوعة}$$

ثانيا : أستعمال بعض الأجهزة الهندسية :

وهذه الأجهزة تستعمل لتحديد أبعاد الصورة عند الطباعة ، وبالرغم من ان عددا صغيرا جدا من محرري الاخراج حتى فى الخارج هم الذين يستعملونها بسبب عدم انتشارها وعدم تعود الاخرين على استعمالها حيث لم يتدربوا عليها تدريبا كافيا لتعلمها الا ان من السهولة استعياب طريقة عملها وفهمها . بل يرى بعض العاملين فى مجالالاخراج ان ذلك يمكن أن يتم خلال ساعتين او خمس ساعات على الأكثر تحت رعاية محرر الصورة . ولا يستعمل هذا النوع الذى نعرض نموذجين له بشكل شائع فى الصحافة المصرية .

١ ـ المسطرة الحاسبة (The Slide Ruler) :

وتستعمل لبيان نسب التكبير والتصغير للمواد المصورة (الصورة والرسوم) نجد فيها جزءا فى المركز ينزلق الى أى موقع . واذا واجه بعدان فيها بعضهما ، يمكن ايجاد البعد الرابع غير المعروف والذى يواجه البعد الثالث المعروف أيضا الى جانب البعدين الأول والثانى المعروفين .. الطول والعرض مثلا

٢ ـ العجلة الحاسبة (The Circular Scaler) :

وتعمل مثل المسطرة الحاسبة ، الدائرة الداخليــة تدور حتى يواجه بعدان بعضهما الآخر ، اما البعد غير المعروف فهو الذى يواجه مباشرة البعد الثالث المعلوم وكما هو مبين هنا عندما تشير العجلة ان صورة ما بعدها ٨ ، ١٠ سم سوف تصغر الى ٤ ، ٥ سم فما معنى ذلك : معناه ان التصغير سيكون بنسبة ٨٠٪ (69)

ويضم هذا الجهاز دائرة خارجية ودائرة داخلية ، وتشمل الدائرة الخارجية (عادة بيضاء) ارقام متدرجة (مقاييس) تبين الحجم الجديد المطلوب لطباعة الصورة Reproduction وهذه المقاييس تتحرك الى أعلى واسفل نسبيا ، وتعطى ابعادا دقيقة فى ثوان . وفى داخل الدائرة الداخلية مقياس يبين نسبة الزيادة أو النقص فى حجم الصورة الأصل ، و ٥٠٪ تصغير مثلا يعنى ان الصورة تفقد نصف حجمها عندما تطبع ، واذا كانت صغيرة من الأساس فسوف تفقد جزءا كبيرا من حجمها و ٥٠٪ تعنى انها سوف تصبح صغيرة جدا فى الصحيفة عند النشر

بدرجة لن يصبح لهامعنى ، و ٢٠٠٪ تكبير يعنى أن الصورة سوف تكون مضاعفة فى الحجم مرتين عند النشر ، وهذه الزيادة فى الحجم سوف تجعل هناك اختلافا قليلا فى الصورة الحادة الواضحة ، ولكن اذا كانت الصورة غير واضحة أو غامضة او مشوشة ، فهذه العيوب ايضا تكبر وتبدو ضخمة فى عملية الطباعة . وهنا تتدخل خبرة سكرتير التحرير أو محرر الصورة Picture editor وتجعله يتوقع شكل الصورة بعد التكبير أو التصغير (69) .

وهكذا نرى أن هذين الجهازين (المسطرة الحاسبة ـ العجلة الحاسبة) يقدمان اجابات رياضية جاهزة . ويعملان بنفس الطريقة : ومن اجل اكتشاف بعد رابع مجهول فى حالة معرفة ثلاثة أبعاد طول وعرض .. وعرض) نجد أن اثنين من الابعاد محددان كل فى مواجهة الآخر على الجهاز ، بينما البعد غير المعروف (المجهول) محدد بعد ذلك مباشرة فى مواجهة البعد الثالث المعروف (48)

ثالثا ـ الطريقة الهندسية :

وهو اسلوب غير دقيق وان كان هو الشائع ـ ويستعمل فى أوقات كثيرة لايجاد طول الصورة بعد تصغيرها او تكبيرها . وتتخلص هذه الطريقة فى توصيل ركنى الصورة (اذا كانت كبيرة) ثم اسقاط عمود من النقطة التى تحدد العرض المصغر على الوتر الموصل بين ركنى الصورة فيكون طول العمود الناتج هو طول الصورة المصغرة المراد معرفته . ويستعان بورق أكبر عند عملية التكبير (69) وهناك نسبة يونانية يقال عنها انها أحسن النسب شكلا للصور وهى ٥ درجات عرض الى ٣ درجات ارتفاع (46)

لغة الشكل فى الصورة :

عند اعداد الصورة فنيا قبل عملية الطباعة ـ اثناء عملية اخراج الصورة ـ يمكن لسكرتير التحرير أو المخرج الصحفى أن يستخدم أشكالا فنية مختلفة لعرض الصورة بمفردها او مع خلفيات لها او بتصغيرها أو تكبيرها أو مزجها مع صور او رسوم اخرى من أجل التعبير عن معان كثيرة :

ـ فالصورة قد تستخدم ارضية لعنوان لتأكيده وتوضيحه ، ومن الصورة يفهم الموضوع كأن يوضع عنوان ليقول « السيطرة على دودة ورق القطن » وأرضية العنوان صورة لفلاحة صغيرة تلتقط الدودة .

ـ وهناك الصورة المهزوزة والتى توضع بقصد ، مثل سيارة تحاول ان تسابق الريح . والصورة الممزقة التى تصلح لموضوع عن الأسرة المفككة الأب فى واد والأطفال فى مأساة .

ـ أما الصورة الديكوبية (المفرغة) قد يكون هدفها ابراز الوجه مثلا اذا كانت كل الصورة مفرغة ، ولكن قد يكون التفريغ فى جزء من الصورة فى الرأس مثلا أو الأرجل وهذا التفريغ الابراز وجده (يسمى Vignitte) (69)

ـ وقد تكون الصورة مقلوبة وهو ايضا لتأكيد فكرة ما .

ـ وقد ابطلت الصحف الآن الصور المتعرجة والملقاة باهمال بقصد الاثارة ، وان كانت بعض الصحف الفرنسية مازالت تستعمل هذه الطريقة .

ـ وقد تركب الصور بعضها بجوار بعض او فوق بعض ومتداخلة (عملية الفوتومونتاج) والمخرج الصحفى الذكى هو الذى يستخدم الصورة الجيدة بعد ان يحذف منها الأجزاء غير الهامة لابراز المطلوب ابرازه وحذف كل الحواشى الزائدة وقد يغضب ذلك التصرف فى الشكل اثناء اخراج الصورة المصور الصحفى الذى يصور لقطته متكاملة من الناحية الفنية الخالصة . ولكن الاضافة الفنية ـ وهنا تتم بالحذف ـ تعطى ذلك الذى يسمونه بلغة السينما والتليفزيون Close-up التركيز (٢٨) .

ـ وهناك نوع من الصور المزدوجة او التى تمزج وتزاوج بين الكارتون Cartoon والصور الفوتوغرافية فى اطار واحد ، بحيث ينتج من تباينهما من حيث كثافة عمق الظلال ، والمفارقة بين خيال الكارتون وواقعية الصورة الفوتوغرافية : عملية شد لبصر القارىء وابراز لكلا النوعين من الصور . وتستخدم هذه الصور المزدوجة فى الحملات الاصلاحية التى تستهدف لفت نظر المسئولين الى بعض المساوىء العامة . فتكون الصورة ـ مثلا ـ لجسر تآكلت ارضيته والكارتون لشخص تهاوى تحت قدميه جزء من هذه الارضية . وذلك لحث المسئولين الى العمل لإصلاح هذا الجسر .

وكثيرا ما تستخدم الصحف لهذا الكارتون شخصية رمزية تكرر استخدامها فى مختلف الصور .

كيف تخرج صفحات الصور ؟

وليس المقصود بذلك تخصيص صفحة كاملة للصور ، فليست كل الصحف تخصص صفحات كاملة للصور ، ولكن كل صحيفة تخصص مساحة معينة ينشر فيها الصور بشكل اساسى ويكون المتن (المادة المكتوبة) عنصرا مساعدا ، وتتعدد اشكال صفحات الصور :

ـ البعض يخصص صفحة كاملة للصور بدون متن

ـ البعض يخصص جزءا من الصفحة للصور والباقى لمادة المتن

ـ البعض تخصص صفحات تضم صور لا شىء يربط بينها سوى انها مجموعة من الصور (مثال لذلك بعض الصحف التى تخصص صفحة او صفحتين متقابلتين للصور التى تخصص « الكاميرا تقول » « صور اليوم » .. « صور الاسبوع » .. « جولة الكاميرا » ، ويلاحظ أن الصحف العربية تخصص جزء من الصفحة الأخيرة للصور ، جريا على عادة او تقليد وضعته جريدة الاهرام المصرية) .

ـ البعض يخصص صفحة لسلسلة او مشهد من الصور المتعاقبة عن حدث معين (صور تبين حادث سقوط اتوبيس الهرم فى النيل ، مطاردة رجال البوليس الفرنسى للمجهولين الذين اغتالوا ممثل منظمة فتح فى باريس) .

ــ البعض يستعمل جزءا من الصحفة لصور متعاقبة (مشهد صور) تاركا الباقى من الصفحة لصور لا ترتبط ببعضها ، أو لمادة المتن .

ومعظم الصحف تخصص الصفحة الاخيرة او جزءا منها للصور ، وبعضها يفضل تخصيص صفحتين متقابلتين خاصة فى الجرائد والمجلات المصورة الملونة ، واكثر صفحات الصور تظهر ملونة الآن خاصة فى الصحف التى تستخدم طريقة الاوفست Offset فى الطباعة كالصحف العربية فى الكويت وبعض الدول العربية .

وهناك مجموعة من القواعد العامة والارشادات التى ينبغى أن يتبعها سكرتير التحرير أو المخرج الصحفى عند اخراجه لصفحات الصور باشكالها المتعددة :

١ ــ ثلاث او اربع صور كثيرة تجعل الصفحة اكثر قبولا من ثمانية عشرة او عشر صور صغيرة .

٢ ــ على سكرتير التحرير ان يدع صورة واحدة ــ هى افضل المتاح لديه ــ تسيطر على الصفحة .

٣ ــ عملية الــ Cropping فى الصور تهدف الى تحقيق : صور عريضة صور غير عميقة ، صور افقية ، صور راسية ، وفى الصفحة التى تضم مجموعة من الصور التى لا ارتباط بينها ، بعض الصور ينبغى أن تكون فى احجام معتادة (ثلاثة او اربعة أو خمسة اعمدة) فى حالة وضع صور جديدة أو اعادة وضع القديمة بشكل جديد .

٤ ــ التاكيد على اعلى الجانب الأيسر من الصفحة وهو الهام بالنسبة للصحف الانجليزية والامريكية ، تكون بوضع صورة كبيرة مسيطرة (ذات تأثير) او عنوان كبير بنط ٧٢ مثلا .

وعلى الجانب الايمن من الصفحة فى الصحف العربية حيث تبدأ العين فى القراءة من اليمين الى الشمال .

٥ ــ فى سلسلة الصور أو المشهد المتعاقب (Series or sequence) ينبغى وضع صورة كبيرة فى الركن الايمن من اسفل الصفحة ، لأنها تشكل نقطة توقف منطقية .

٦ ــ ينبغى أن ندع الصفحة تتنفس عن طريق استغلال البياض (الفراغ) الذى يحقق الابراز لكل من الصور والمتن وعند تقسيم الصفحة المكونة من ٨ اعمدة الى ٧ أعمدة نجد أن المساحة البيضاء (الفراغ) تؤكد الشكل .

٧ ــ لا ينبغى عزل الصور عن بعضها ، فعملية العزل تعطى بياضا أكثر من الحاجة او تترك مساحة للمتن (كلام الصورة) .

٨ ــ اذا كان على المخرج الصحفى توضيب (اخراج) صفحة للصور بسرعة ، فينبغى التقاط أفضل صورة ، ورسم تخطيط لها على الماكيت (Maquette) او الــ (Dummy) وهو المشروع التمهيدى المخطط المرسوم للصفحة) ثم ارسالها الى الحفر ، والاستمرار بعد ذلك مع الصور الاخرى ، اما كلام الصور او التعليق المصاحب لها فيمكن كتابته وارساله فى النهاية .

٩ ـ عند اعداد ماكيت كامل ، ينبغى اعطاء الطابع Printer وقتا كافيا .

١٠ ـ التنويع فى اشكال صفحة الصور مطلوب ،ولا ينبغى جعل صور صفحة اليوم تشبه يوم السبب الماضي مثلا .

١١ ـ كلام الصور أو التعليق المصاحب لها ينبغى ان يقل فى اتساعه عن الصور المصاحب لها ، والتعليق او الكلام الأقل فى الاتساع (الضيق) قد يكون اسهل في القراءة عن المتسع ، وهو ايضا وسيلة اخرى للسماح بمسافة بيضاء اكثر . وبالنسبة لصفحة الصور ينبغى أن يكون الكلام او التعليق الموجود شمال الصفحة بالقرب من الهامش بدون ترك فراغ (وهو ما يسمى على اللحم شمال فى المطابع المصرية) اما الكلام او التعليق الموجود يمين صفحة الصور فينبغى أن يوضع يمين الصفحة بالقرب من الهامش بدون ترك فراغ (وهو ما يسمى على اللحم يمين) .

١٢ ـ فى الصور المتعاقبة او المسلسلة ، ينبغى ان لا يعاد فى كلام صورة ما قيل فى صورة اخرى .

١٣ ـ اذا كانت كل الصور قد التقطت بواسطة مصور واحد ، او جاءت عن طريق وكالة انباء واحدة ، فان ذكر اسم مصدر الصور (المصور او الوكالة) الـ Credit line) مرة واحدة فى الصفحة سوف يكون كافيا . فكثرة الـ Credit lines (اسماء المصورين) فى الصفحة تجعل هذه الصفحة اشبه بالنشرة الرسمية .

١٤ ـ وفى صفحة المقال المصور ، ينبغى جعل كلام الصور او التعليق المصاحب لها مختصرا موجزا بقدر الامكان . فعادة تقول الصور معظم القصة ، خاصة اذا كانت العناوين تضم فكرتها .

١٥ ـ العناوين بشكل عام تكون اكثر تأثيرا فى اليسار او اليمين من الصفحة او تحت الصور الرئيسية ، واحيانا يتم طباعة العنوان فوق الصور الرئيسية (وتسمى هذه الطريقة (بالـ Overprinting) وذلك اذا كان الحرف المستعمل فى العنوان لا يؤثر على تفاصيل الصورة الهامة (46)

الخاتمـــة

خلاصـــة الدراســة ونتائجهــا

كشفت الدراســة الفنية الشاملة للصورة الصحفية عن مجموعة من النتائج يمكن اتجـازها فيما يلى :

اولا : ان الصور الفوتوغرافية قـد اصبحت من المواد الأساسية فى الجريدة او المجلة ولم تعـد عنصرا جماليا فقط ، بحكم تعـدد وظائفها حيث تقـوم بدور اخبارى ، وبوظيفة سيكولوجية ، فضلا عن انها عنصر تيبوغرافى ولهـا قيمة جمالية ، ورغم ذلك يرى البعض ـ كجورج ديهاميل ـ انها تشكل خطر على العقل الانسانى حيث تحمـله على الكسل .

ثانيا : ان الصـور التى تنتشر فى الصحافة يمكن تصنيفها من خلال اكثر من زاوية فمن حيث الشكل الفنى للصور يمكن تصنيفها الى ثلاثة انواع رئيسية هى (الصورة المفردة ، سلسلة الصـور ، المشهد المتعاقب) ، ومن زاوية المضمون او الدلالة يمكن تصنيفها الى (الصـور الاخبارية ، صـور الموضـوعات ، صور الموضـوعات الاخبارية ذات الطابع الانسانى، صور شخصية ، وصور جمالية وتعبيرية) ..

ثالثا : تحصل الصحف على الصـور الفوتوغرافية من مصادر عـديدة داخلية وخارجية هى مصورى الصحيفة نفسها ، وكالات الصور ، الجرائد والمجـلات ، المصورون المحترفون ، المصورون الهواة ، الجمهور ، مكاتب العـلاقات العـامة وادارتها ، وأرشـيف الصحيفة .

رابعا : يمر انتاج الصورة الصحفية بالمراحل التالية : التكليف بمهمة ، عمليـة التصوير ، التحميض والطبع ، تقـويم الصـور واختيار الصالح للنشر ، تحـرير الصورة ، اخراجها ، ثم طباعتها .

خامسا : ان هناك جـدل مستمر حول من يقوم بعملية التصـوير هل هو المحرر ، ام مصور متخصص متفرغ ، وكل فريق يقـدم حججه وأسانيده .

سادسا : ان الألوان قـد زاد استخدامها فى الصحافة بشكل عام ، وفى تكوين الصور بخاصة ، وذلك استفادة من اهمية اللون ووظائفه العـديدة ، وللتطـورات التكنولوجية الراهنة فى التصـوير والطبـاعة ، فاللون يجـذب الانتباه ، ويؤثر سيكولوجيا ، وبطور ارتباطات باشياء معينة كما انه يخلق حالة من التذكر ويخلق جـوا مواتيـا .

سابعا : ان تحرير الصورة او كتابة الكلام او التعليق او الشرح المصـاحب للصورة يستطيع ان يساهم بشكل كبير فى زيادة تقبل القارىء للصحافة وفى استيعاب شكلها وفهم مضمونها ، من خلال التفسير والشرح والتوسع والاشارة الى الشىء ذى المغزى ، وهنـاك قواعـد واساليب معينة ينبغى اتباعها عند تحرير الصورة ، خاصـة فيما يتعلق بتعريف الأشخاص داخل الصورة .

ثامنا : ان اخراج الصورة يعنى بتحـديد الشكل الفنى الذى تظهر به الصورة الصحفية ، من حيث الموقع ، واسلوب العرض ، والمساحة ، ويمر اخراج الصورة الصحفية بعـدة مراحـل : تبدأ باختيار الصورة الصالحة للنشر ، وتحـديد موقعها فى الصفحة ، ثم تحديد حجم الصورة وشكلها .

تاسعا : ان الصحف تختلف فى اساليب معالجتها للصور الفوتوغرافية وتوظيفها لهـا ، واختلاف السياسـة التحريرية ، والأسلوب الاخراجى ، وتفاوت الامكانيات الفنية والمـادية ، وكفاءة الجهاز التحريرى والاخراجى ..



مصـــادر الدراســة ومراجعهــا

اولا : بحوث ودراسات عربية غير منشورة

١ ـ احمد حسين الصاوى ، **فن الاخراج الصحفى** ،
محاضرات القيت على طلبة السنة الرابعة كلية الاعلام ، القاهرة ، كلية الاعلام ١٩٧٦ .

٢ ـ اسماعيل شوقى ، **محاضرات عملية فى الطباعة** ،
محاضرات استنسل ، القاهرة ، كلية الاعلام ، ١٩٧٤ .

٣ ـ أشرف صالح ، محمود علم الدين ، **الخبر ومصادره** ،
محاضرات استنسل ، القاهرة ، كلية الاعلام ، ١٩٧٦ .

٤ ـ فاروق أبو زيد ، **مذكرات فى المدخل الصحفى والعمل الصحفى** ،
محاضرات استنسل ، القاهرة ، كلية الاعلام ، ١٩٧٨ .

٥ ـ سعيد اسماعيل ، **الاخراج الصحفى** ،
محاضرات استنسل ، القاهرة ، كلية الاعلام ، ١٩٧٣ .

٦ ـ سمير سعد الدين ، محمود علم الدين ، **الاسس الفنية للتصوير الفوتوغرافى وتطبيقاته فى مجال الصحافة** ،
محاضرات استنسل ، القاهرة ، كلية الاعلام ، ١٩٧٧ .

٧ ـ فتحى احمد شهاب ، **التقدم الفنى والتكنولوجى الحديث للطباعة**

وامكانية استخدامه فى الصحافة العربية .
رسالة ماجستير غير منشورة ، القاهرة ؛ كلية الفنون التطبيقية ، ١٩٧٥ .
٨ ـ محمد المصرى ، **انتاج المواد الاعلامية** ،
محاضرات استنسل ، القاهرة ، كلية الاعلام ، ١٩٧٧ .
٩ ـ محمود حسين احمد ، **فن التحقيق الصحفى المصور فى صحيفة الاهرام** ،
رسالة دكتوراة غير منشورة ، القاهرة ، كلية الاعلام ، ١٩٧٧ .
١٠ ـ محمود علم الدين ، اشرف صالح ، **العمل الصحفى** ،
محاضرات استنسل ، القاهرة ، كلية الاعلام ، ١٩٧٦ .

ثانيا : بحوث وكتب عربية ومعربة :

١١ ـ ابراهيم امام ، **دراسات فى الفن الصحفى** ،
القاهرة : ، مكتبة الانجلو ، ١٩٧٢ .
١٢ ـ ابراهيم امام ، **العلاقات العامة والمجتمع** ، **طبعة ثانية** ،
القاهرة ، مكتبة الانجلو : ١٩٦٨ .
١٣ ـ ابراهيم امام ، **فن الاخراج الصحفى** ،
القاهرة : مكتبة الانجلو ، ١٩٥٧ .
١٤ ـ ابراهيم عبده ، **جريدة الاهرام : تاريخ مصر فى خمسين سنة** ،
القاهرة : دار الاهرام ، ١٩٥١ .
١٥ ـ اجلال خليفة ، **الصحافة** ،
القاهرة ، بدون ناشر ، ١٩٧٦ .
١٦ ـ احمد حسين الصاوى ، **طباعة الصحف واخراجها** ،
القاهرة : الدار القومية للطباعة والنشر ، ١٩٦٥ .
١٧ ـ توماس بيرى ، **الصحافة اليوم** ، ترجمة مروان الجابرى ،
بيروت : مطابع النهضة ، ١٩٦٢ .
١٨ ـ جلال الدين الحمامصى ، **الصحيفة المثالية** ،
القاهرة : دار المعارف ، ١٩٧٢ .
١٩ ـ جلال الدين الحمامصى ، **من الخبر الى الموضوع الصحفى** ،
القاهرة : دار المعارف ، ١٩٦٤ .
٢٠ ـ جميل احمد توفيق ، **مذكرات فى العلاقات العامة** ،
القاهرة : مؤسسة المطبوعات الحديثة ، ١٩٦٠ .
٢١ ـ جورج ديهاميل ، **دفاع عن الأدب** ، ترجمة وتعليق محمد مندور ،

سلسلة من الشرق والغرب ، القاهرة : الدار القومية للطباعة والنشر ، بدون تاريخ ،

٢٢ — حافظ محمود ، **أسرار صحفية** ،
القاهرة : دار الشعب ، ١٩٧٥ م.

٢٣ — حسن خير الدين ، **العلاقات العامة : المبادىء والتطبيق** ،
القاهرة : مكتبة عين شمس ، ١٩٧٦ .

٢٤ — حسين محمد على ، **العلاقات العامة فى المؤسسات الصناعية** ،
القاهرة : مكتبة الانجلو ، ١٩٦٩ .

٢٥ — خليل صابات ، **الاعلان : تاريخه ، اسسه ، قواعده ، فنونه ، اخلاقياته** ،
القاهرة : مكتبة الانجلو ، ١٩٦٩ .

٢٦ — خليل صابات ، **الصحافة : رسالة ، استعداد ، فن ، علم** ، الطبعة الثالثة ،
القاهرة : دار المعارف ، ١٩٦٨ .

٢٧ — زيدان عبد الباقى ، **وسائل واساليب الاتصال فى المجالات الاجتماعية والتربوية والادارية والاعلامية** ،
القاهرة : بدون ناشر ، ١٩٧٤ .

٢٨ — سمير صبحى ، **صحيفة تحت الطبع** ،
القاهرة : دار المعارف ، ١٩٧٤ .

٢٩ — سمير محمد حسين ، **فن الاعلان** ،
القاهرة : بدون ناشر ، ١٩٧٧ .

٣٠ — سمير محمد حسين ، **ادارة العلاقات العامة فى مصر : دراسة ميدانية** ،
القاهرة : بدون ناشر ، ١٩٧٣ .

٣١ — سمير محمد حسين ، **مداخل الاعلان** ، **طبعة اولى** ،
القاهرة : بدون ناشر ، ١٩٧٣ .

٣٢ — طلعت الزهيرى ، **الاعلان بين العلم والتطبيق** ،
القاهرة : دار المعارف ، ١٩٧٥ .

٣٣ — عبد العزيز الغنام ، **مدخل الى علم الصحافة : الجزء الأول الصحافة اليومية** ، الطبعة الثانية ،
القاهرة : مكتبة الانجلو ، ١٩٧٧ .

٣٤ ــ عبد الفتاح رياض ، **التصوير الملون** ، الطبعة الاولى ،
القاهرة ، مكتبة الانجلو ، ١٩٦٥

٣٥ ــ عبد اللطيف حمزة ، **المدخل فى فن التحرير الصحفى** ، الطبعة الرابعة ،
القاهرة : دار الفكر العربى ، ١٩٧٠ .

٣٦ ــ على السلمى ، **الاعلان** ، الطبعة الثانية ،
القاهرة : دار المعارف ، ١٩٧١ .

٣٧ ــ على عجوة ، **الأسس العلمية للعلاقات العامة** ، طبعة ثانية ،
القاهرة : عالم الكتب ، ١٩٧٨ .

٣٨ ــ فتح الباب عبد الحليم سيد ، ابراهيم ميخائيل حفظ الله ، **وسائل التعليم والاعلام** ، الطبعة الثانية ،
القاهرة : عالم الكتب ، ١٩٧٦ .

٣٩ ــ محمد غريب البغدادى ، **العلاقات العامة ووسائل الاتصال بالجماهير**
القاهرة : بدون ناشر ، ١٩٧٠ .

٤٠ ــ محمد محمود شلبى ، ابراهيم امام ، **فن التصوير الضوئى وتطبيقاته فى الصحافة** ،
القاهرة : دار النهضة العربية ، ١٩٦٠ .

٤١ ــ محمود الجوهرى ، **العلاقات العامة بين الادارة والاعلام** ،
القاهرة : مكتبة الانجلو ، ١٩٦٠ .

٤٢ ــ هـ . توفيق بحرى ، **صحافة الغد** ، سلسلة دراسات صحفية ،
القاهرة : دار المعارف ، ١٩٦٨ .

٤٣ ــ وليام ريفرز ، تيودور بيترسون ، جاى . و . جنسن ، **وسائل الاعلام والمجتمع الحديث** ، ترجمة ابراهيم امام ،
القاهرة : دار المعرفة ، ١٩٧٥ .

ثالثا : بحوث ومقالات منشورة بدوريات عربية .

٤٤ ــ احمد يوسف ، **تحرك ولا تقف كيف تطورت الصور الصحفية ؟** فى جريدة اخبار اليوم ، العدد ١٠٠٠ ، القاهرة ، يناير ١٩٦٥ .

٤٥ ــ محمد على ناصف ، **الاقناع بالصورة اقوى وسائل الاعلام** ، مجلة السينما والمسرح ، القاهرة ، فبراير ١٩٧٨ .

46. Baskette K., Floyed and Sissors z., Jack, *The art of editing, New* York : Macmillan Company, 1972.

47. Bradely, Duan *The Newspaper : its role in democracy,* Indiana : Stely publisher's Company Ltd, 1965.

48. Crump, Spencer, *Fundamentals of Journalism,* New York :Mc. G — raw Hill book, 1974.

49. Cutlip and senter, *Effective public Relations, Fourth edition,* New York : Prentice Hall, Inc., 1971.

50. Darrow, Richard W,. Forrestal I., *Public Relations Hand book,* first edition, Chicago : Paintinell Corporation, 1968.

51. Dawell, Malichson and Wason Jobow, *Advertising : how to write the Kind that works,* New York ; 1977.

52. Emery, Edwin. and Others, *Introduction to mass communication.* Fourth edition, New York : Dodd, Mead company, 1975.

53. Feinger, Andreas., *The complete Photographer,* New York : Prentice Hall, 1965.

54. Helmut and Alison Grenshim., *History ofPhotography,* London : Oxford university press, 1970.

55. Hicks, Wilson., *Words and Pictures,* New York : Harper, 1952.

56. Lendt, Daniel. and Others (ed), *Publicity Process,* Second edition, Jowa University, 1975.

57. Littlifield, James E. and Kirk Patrick C., *Advertising : mass com munication in marketing,* Indian Print : Houghton Mifflin company, 1970.

58. Loosely, A.C., *The Business of Photo-Journalism,* London : Focal Press, 1970.

59. Mann, Charles., *Editing for Industry : the production of house Journals,* London : British Association of Industrial editors, Wiliam Heinman Ltd, 1974.

60. Mott, Gorge Fox (ed), *New Survey of Journalism,* second edition, New York : Nobel Inc., 1966.

61. Newsman and Scott. *This is p. R. : the realities of Public relations,* California : wasworth publishing company, Inc., 1970.

62. Robert B., Phode and Floved H., Mc. Call, *Press Photography,* New York : Macmillan Company, 1961.

63. Robert B., Phone and Floyed H., Mc. Call, *Introduction to photography*, New York Macmillan company, 1971.

64. Rodney Fox and Robert, Kerns, *Creative News Photography*. Ames Iowa State University, 1961.

65. Rothstein, Arnold., *Photojournalism : Pictures for magazine and newspapers*, New York : Amphoto, 1965.

66. Roy, Pinvey., *Advertising Photography*, New York : Hastings House, 1962.

67. R. Smith Schumeman., *Photographic Communication : Principles, Problems and challenges of Photojournalism*, New York : Hastings House, 1972.

68. The Thompson Foundation, *The News Machine : aguide to advanced techniques in Journalism, Second Edition*, Cardiff, 1972.

69. Turnhull, Arthur T., and Baird, Russel N., *The Graphics of Communication : Typography, layout, design*, Third Edition, Winston, Halt Reinhart, 1975.

70. Wainwright David., *Journalism, London* : Oxford University Press. 1972.

71. Whitney, Fredrick C., *Mass Media and Mass Communcation in Society, Iowa* : wmc. Brown company Publishers, 1975.

72. Wolsely, Ronald E., *Understanding Magazine*, Second edition, Iowa State University Press, 1969.

73. Wright, John. S. and Others, *Advertising, Fourth edition*, New York : Mc. Graw Hill, 1977.

الغلاف : أحمد اللباد



٦٠ شارع القصر العينى
أمام روزا اليوسف - القاهرة
ت : ٣٥٤٧٥٦٦ - ٣٥٥٤٥٢٩